

Business model

Jean-François Faure, VeraCash

Cet entrepreneur atypique de la Fintech démocratise l'or et les métaux précieux en les adossant à une carte bancaire

Comment acheter de l'or au XXI^e siècle? Quand Jean-François Faure se pose la question en 2006, il n'y a pas d'évidence. En France, les banques n'en proposent plus. Les petites boutiques au coin de la rue peinent à attirer le chaland. Quant à Internet, il y a toujours la peur de l'arnaque... Ce constat inspire le serial-entrepreneur bordelais qui, pendant deux ans, va consacrer toute son énergie à comprendre le marché du précieux métal. En 2009, Aucoffre.com voit le jour. Il s'agit d'une place d'échange entre acheteurs et vendeurs avec un consensus sur un prix. Véritable courtier 2.0 qui s'adresse à des personnes souhaitant sécuriser leurs actifs en achetant de l'or, Aucoffre trouve sa place sur le marché. Pari gagné. Mais pour Jean-François Faure, pas question de s'arrêter là: la plateforme séduit une clientèle entre 50 et 70 ans, mais l'entrepreneur bordelais veut conquérir les plus jeunes alors que la vague fintech déferle sur la France. L'offre VeraCash est lancée en 2015 et surfe sur la bataille des moyens de paiement en proposant une carte bancaire adossée à des métaux précieux. Avec quelque 50 000 clients, l'entrepreneur considère à juste titre avoir transformé l'essai. Mais le match est loin d'être terminé. Fort d'une récente levée de fonds de 2 millions d'euros, il fourmille de projets: blockchain, compte multi-devises ou encore cryptomonnaies en début d'année prochaine.

PROPOS RECUEILLIS PAR EDOUARD LAUGIER

Les Français ont un rapport culturel et ancestral avec l'or. Même s'ils n'en ont jamais vu de leur vie, ils ont confiance. L'or est une valeur refuge, y compris chez les plus jeunes, ce qui ne les empêche pas de s'intéresser aussi aux cryptomonnaies. Pour tout ce qui touche à l'argent, les nouvelles générations ont d'abord une culture numérique. C'est pour cette raison qu'en plus de notre service historique d'achat et de vente d'or et de métaux précieux Aucoffre.com, nous

avons lancé une offre plus dynamique, VeraCash, qui établit l'or et l'argent métal notamment comme moyen de paiement de tous les jours.

L'offre Veracash

Nous sommes un nouvel acteur fintech qui offre un compte, non pas adossé à des devises pour l'instant, mais à des métaux précieux. En le créditant par virement ou carte bancaire, l'utilisateur achète donc de l'or, de l'argent ou des diamants. Il consulte ce compte sur une application mobile semblable à celle de sa banque avec le solde, les opérations, les virements, etc. Seule différence notable, le compte VeraCash est remis à jour toutes les quinze minutes car il est l'agrégation des actifs du propriétaire. Ces métaux précieux sont utilisables en euros à tout moment grâce à la carte de débit Mastercard. Ainsi, les clients constituent une forme d'épargne dynamique qu'ils peuvent utiliser à leur guise.

Le modèle économique

L'ouverture d'un compte, le stockage, la carte de débit ainsi que les retraits et paiements sont gratuits. Les frais s'appliquent principalement lors des achats de métaux précieux. Ainsi notre business model est extrêmement simple: il s'agit d'un commis-

“Ces métaux précieux sont utilisables en euros à tout moment grâce à la carte de débit Mastercard. Ainsi, les clients constituent une forme d'épargne dynamique qu'ils peuvent utiliser à leur guise”

sionnement sur les transactions. Veracash ambitionne de devenir “le deuxième compte” des Français, en s'appuyant sur les métaux précieux comme actifs de protection, formant une quasi-monnaie composée d'or, d'argent ou de diamants. Aucoffre et VeraCash ont su être rentables sur ce modèle d'ultra-niche. En 2022, notre groupe réalisera 150 millions d'euros de chiffre d'affaires et nous réinvestissons nos bénéfices dans l'entreprise. Cet équilibre nous offre le luxe de la pérennité. Rien ne nous empêche de devenir un peu plus généralistes en rajoutant la devise euro à notre portefeuille, voire en transformant



Photos par Olivier Rollet

“Si nous étions une banque centrale, nous serions la 80^e au monde avec 5 tonnes d'or et 60 tonnes d'argent métal.”

VeraCash en compte multi-devises. Aujourd'hui, notre métier n'est pas celui d'une banque. Si nous devions aller sur ce terrain, ce ne serait qu'avec un partenaire.

Le stockage de l'or

Nous gardons 500 millions d'euros pour nos clients. Si nous étions une banque centrale, nous serions la 80^e au monde avec 5 tonnes d'or et 60 tonnes d'argent métal. Pour des raisons évidentes de sécurité, l'or de nos clients est stocké au port franc de Genève. Nous n'avons pas fait ce choix pour Genève ou la Suisse, mais parce qu'il s'agit de l'endroit le plus sécurisé d'Europe dans lequel des entreprises comme la nôtre peuvent opérer en toute sérénité pour le compte de tiers. De façon très marginale, certains clients nous ont demandé de voir leur or. Je les ai accompagnés à Genève. Depuis une dizaine d'années, nous frappons nos propres pièces. Nous sommes les seuls en France en dehors de la Monnaie de Paris à battre monnaie pour des pays étrangers comme la Nouvelle-Zélande ou Gibraltar.

Le contexte inflationniste

La guerre a fait exploser l'inflation. Les cours et la demande des métaux précieux montent en flèche car l'or possède des atouts anti-inflation. En 2018, le cours de l'once d'or était à 1 100 euros. Aujourd'hui il dépasse les 1 700 euros. Pour nous le contexte est porteur mais il y a des forces antagonistes, en particulier le faible rendement des métaux précieux. L'or ne rapporte pas grand-chose par rapport à d'autres produits financiers. Mais nous avons une clientèle bien “éduquée”. Elle sait qu'il vaut mieux acheter régulièrement, idéalement tous les mois pour lisser les cours et éviter

les effets émotionnels. Par principe, VeraCash et Aucoffre ne donnent pas de conseils d'investissements à leurs clients. En revanche, nous consacrons une grande partie de notre budget communication et marketing à la fourniture de contenus pédagogiques sur des sujets comme la fiscalité des métaux précieux ou les donations.

Marketing et concurrence

Nous nous faisons avant tout connaître par le bouche-à-oreille. Nos utilisateurs satisfaits du service deviennent des ambassadeurs d'Aucoffre et Veracash. Le SEO (search engine optimization), c'est-à-dire le référencement sur les moteurs de recherche Internet, à commencer par Google, est aussi un budget important. C'est pourquoi nous proposons des contenus informatifs – nous disposons même d'un studio pour créer des vidéos – pour que les internautes nous trouvent de manière naturelle, et pas uniquement via les publicités Google, que nous achetons quand même comme tout le monde. Nous faisons face à une concurrence diverse et éclatée. Sur le digital, une saine concurrence existe en France. À l'étranger c'est moins évident. Certains opérateurs, à Malte par exemple, ont des pratiques qui nous déplaisent.

Le marché des entreprises

L'or ne rentre pas dans l'équation économique des entreprises. Un directeur financier ou un responsable de la trésorerie n'y pense pas. Ce n'est pas dans leur culture. Pour nous, prospecter les entreprises ne sert donc à rien. La seule exception: quand un de nos clients est également dirigeant de société. Nous avons ainsi quelques professionnels qui achètent de l'or. Sinon, nous



“Un crowd-equity nous a permis d’organiser une mini-bourse et de faire entrer 1 000 nouveaux actionnaires. Nous avons levé 2 millions d’euros, et le capital initial a été dilué de 5 % à peine.”

travaillons main dans la main avec un réseau de boutiques partenaires. Nous leur offrons de la liquidité.

L’actionnariat

Initialement, VeraCash n’avait qu’un actionnaire, Aucoffre. En 2017, nous sommes passés à quasiment 200 actionnaires après une opération de crowdfunding auprès de notre clientèle. Début 2021, nous avons dépassé les 1 200 actionnaires suite à un crowd-equity [financement participatif par actions, ndlr] organisé par la société CiiB, spécialisée en conseil en ingénierie et introduction boursière des PME-PMI. Elle nous a permis d’organiser une mini-bourse et de faire entrer 1 000 nouveaux actionnaires.

Nous avons levé 2 millions d’euros, et le capital initial a été dilué de 5 % à peine. Nous aurions pu lever des fonds auprès de professionnels du capital-investissement mais l’objectif de l’opération était d’abord de faire participer nos clients au financement de nos futurs développements. Nous ne cherchons pas à devenir une licorne comme Qonto ou Lydia.

Travailler à Bordeaux

La ville de Bordeaux était au début une contrainte car elle est un milieu extrêmement fermé d’où il est compliqué d’émerger. Après avoir exercé la profession d’architecte, j’ai donc décidé de me lancer dans des activités sur Internet où la géographie

importait peu. Aujourd’hui, j’assume d’être à Bordeaux, physiquement mais aussi par rapport à notre clientèle. Et la région est suffisamment attractive pour attirer des compétences de toute la France afin de construire les équipes.

Le management

Sur Aucoffre, je suis plutôt un manager opérationnel à la manœuvre. Chez VeraCash, mon rôle est celui d’un consultant ou d’un coach. L’entreprise possède ses responsables opérationnels, mais je ne m’interdis pas de reprendre le volant si besoin. Les difficultés de la monnaie euro en 2011, qui ont provoqué un accroissement de notre activité, m’ont beaucoup appris. Nous avons été



VeraCash établit l’or et l’argent métal comme moyen de paiement de tous les jours”

confrontés à une telle crise de croissance que nous avons failli disparaître. Pourquoi ? Parce que nous avons pris des raccourcis notamment en termes de gestion des équipes. Heureusement, le choc n’a pas été suffisamment violent pour nous mettre à terre. La leçon de cette mésaventure est qu’un chef d’entreprise doit toujours avoir un coup d’avance d’au moins six mois. De manière générale, il faut parfois être un tout petit peu moins dans l’opérationnel et un peu plus sur le management. Autrement dit, faire l’effort de la posture stratégique et éviter de se faire submerger par des e-mails qui finiront par noyer l’entreprise.

Crypcool

Nous réfléchissons à un modèle résilient pour que les actifs que nous commercialisons ne puissent pas être contracycliques les uns par rapport aux autres. En début d’année, nous lancerons une offre de crypto baptisée Crypcool au titre de prestataire sur actifs numériques enregistré auprès de l’AMF [Autorité des marchés financiers, ndlr]. Notre culture métaux précieux est répliquable sur les cryptos. Le service de VeraCash est destiné à élargir la clientèle de Aucoffre. Crypcool est une offre complémentaire pour tous nos clients dont on sait qu’ils s’intéressent à ces nouveaux actifs de marché.

Chiffres clés en 2022

Chiffre d’affaires : 150 millions d’euros
50 employés
50 000 clients

Bio express

Banquier central 3.0

Architecte de formation, Jean-François Faure est un entrepreneur dans l’âme. À 50 ans, il affiche huit entreprises au compteur, dans le référencement web puis la traduction en ligne, mais surtout, le Girondin fonde le site d’achat en ligne d’or Aucoffre.com en 2009, puis en 2015 VeraCash et sa carte de paiement adossée à des métaux précieux. Également éditeur du blog “L’or et l’argent”, le PDG qui “ne connaissait rien à l’or en 2006” est devenu l’un des meilleurs spécialistes de l’usage des métaux précieux en tant que produit d’épargne, au point de créer en 2017 le think tank Monnaies en transition. Jean-François Faure est également membre de l’APM, l’Association pour le progrès du management.