



RESTAURATION TRADITIONNELLE JAPONAISE

## Sushi House / Sushi Shop Louise

CRÉATION : **1998**

SIÈGE SOCIAL : **LUXEMBOURG / BRUXELLES**

CHIFFRE D'AFFAIRES 2015 : **8,6 M€**

## Objectif de l'investissement

- Développer le réseau de restaurants.

*« Nous avons créé Sushi Shop en 1998 avec pour objectif de rendre accessible la gastronomie japonaise. Ce qui fait le succès de Sushi Shop depuis toutes ces années, c'est la qualité de nos produits mais aussi les nombreux services que nous proposons, une offre diversifiée et complète pour donner le meilleur à nos clients. Souhaitant toujours aller plus loin, nous nous associons à des personnalités proches de nos valeurs et de notre image telles que Thierry Marx ou encore Kate Moss. Une image de marque que nous entretenons jour après jour à travers nos créations et nos services en boutiques. L'innovation est au cœur de nos préoccupations. Forts de plus de 100 boutiques, nous avons la volonté de devenir le leader européen sur le secteur de la restauration rapide japonaise. »*

**Grégory Marciano**

Dirigeant de Sushi Shop

*Les performances passées ne préjugent pas des performances futures.  
Les sociétés citées sont des exemples de PME figurant au portefeuille de M Capital Partners.*



PLUS DE 100 RESTAURANTS DANS 8 PAYS



MARQUES DE PRÊT-À-PORTER  
TENDANCES COMMERCIALISÉES  
EN FRANCE ET À L'INTERNATIONAL

## Groupe Harris Wilson Textiles

CRÉATION : **1975**

SIÈGE SOCIAL : **ROUBAIX (59)**

CHIFFRE D'AFFAIRES 2015 : **38,9M€**

## Objectifs de l'investissement

- Ouvrir de nouvelles boutiques en propre et en franchise;
- Exporter les marques sur de nouveaux marchés internationaux.

## Actualité

La marque Des Petits Hauts s'est développée à travers un réseau de détaillants multimarques, elle en compte aujourd'hui 1 150 : 480 en France et 670 à l'international.

Depuis 2001, la marque ouvre ses propres boutiques pour véhiculer son univers. Aujourd'hui, elle compte 35 boutiques. Une dizaine d'ouvertures en France et en Europe limitrophe sont déjà planifiées.

Le Groupe souhaite également étendre l'univers de la marque sur des produits complémentaires au textile.

*Les performances passées ne préjugent pas des performances futures.*

*Les sociétés citées sont des exemples de PME figurant ou ayant figuré au portefeuille de M Capital Partners.*



PRÈS DE 1 200 POINTS DE VENTE DANS LE MONDE



RÉSEAU DE CENTRES DE FITNESS  
ET DE BIEN-ÊTRE IMPLANTÉS  
EN RÉGION PARISIENNE

## Gymspa

CRÉATION : 2003

SIÈGE SOCIAL : HERBLAY (93)

CHIFFRE D'AFFAIRES 2015 : 21,3 M€

## Objectifs de l'investissement

- Développer l'activité par des opérations de croissance externe sur des groupes déjà implantés;
- Devenir le leader du fitness en France.

*« Nos établissements se positionnent parmi les plus performants du marché du fitness avec 4 500 membres en moyenne par club. Bénéficiant d'une industrie du fitness en plein essor et profitant d'un marché français à la traîne, notre ambition est d'ouvrir 10 clubs d'ici 5 ans.*

*Aujourd'hui, nous parvenons à obtenir de nos fournisseurs de beaux produits modernes et connectés. Cela nous inspire pour innover dans de nouvelles activités et services qui augmentent l'attractivité de nos clubs et fidélisent nos clients.*

*Notre équipe, recrutée et formée depuis de longues années, constitue une des forces de notre entreprise, qui n'en est qu'au début d'une belle croissance. Motivation et performance sont nos moteurs! »*

**Philippe Herbet**

Fondateur et gérant de Gymspa

*Les performances passées ne préjugent pas des performances futures.*

*Les sociétés citées sont des exemples de PME figurant ou ayant figuré au portefeuille de M Capital Partners.*



PRÈS DE 200 CENTRES DE FITNESS IMPLANTÉS DANS TOUTE LA FRANCE



FABRICATION ET COMMERCIALISATION  
DE PRODUITS LAITIERS HAUT DE GAMME

## La Fermière

CRÉATION : 1952

SIÈGE SOCIAL : AUBAGNE (13)

CHIFFRE D'AFFAIRES 2015 : 31 M€

## Objectifs de l'investissement

- Développer la présence et le portefeuille de clients à l'international;
- Aggrandir le site de production d'Aubagne afin d'absorber la croissance à venir;
- Sécuriser l'approvisionnement (prise en gérance d'un site d'approvisionnement de lait).

*« Passionné par le secteur de l'industrie agroalimentaire, je me suis lancé dans l'aventure de La Fermière en 2002 pour les caractéristiques uniques de cette marque à forte notoriété, en conservant l'amour du produit et la recherche de la satisfaction des consommateurs grâce à une qualité optimale.*

*La Fermière, c'est le choix de recettes « maison » dans un milieu industriel. Nous travaillons avec cette ligne de conduite, qui fait de la marque l'un des leaders des produits haut de gamme sur le secteur ultra-frais. »*

**Jean-Jacques Tarpignan**  
Dirigeant de La Fermière

*Les performances passées ne préjugent pas des performances futures.*

*Les sociétés citées sont des exemples de PME figurant au portefeuille de M Capital Partners.*



DEPUIS 1952, LA FERMIÈRE S'APPUIE SUR DEUX VALEURS ESSENTIELLES : L'AUTHENTICITÉ ET LE GOÛT

MAISON PRADIER

INSTITUTION DE LA BOULANGERIE-  
PÂTISSERIE-TRAITEUR  
À PARIS DEPUIS 1859

## Maison Pradier

---

CRÉATION : **1859**

SIÈGE SOCIAL : **PARIS (75)**

CHIFFRE D'AFFAIRES 2015 : **10,6 M€**

## Objectifs de l'investissement

- Ouvrir de nouveaux points de vente;
- Développer la gamme de produits et l'activité traiteur.

*« Notre maîtrise des traditions françaises est notre force. En 2013, le Figaroscope désignait notre Religieuse au chocolat comme la meilleure de Paris, devant certaines grandes maisons parisiennes.*

*Aujourd'hui, nous comptons 9 points de vente dans la capitale, imaginés et conçus par des architectes, dans un univers moderne et cosy.*

*Grâce à l'accompagnement de M Capital Partners, nous avons ouvert un restaurant sur la plus belle avenue du monde. Nous œuvrons également au développement de nos moyens de production et à la création de nouveaux outils de communication. »*

**David Lascar**

Dirigeant de Maison Pradier

*Les performances passées ne préjugent pas des performances futures.*

*Les sociétés citées sont des exemples de PME figurant ou ayant figuré au portefeuille de M Capital Partners.*



9 BOUTIQUES ET 1 RESTAURANT À PARIS



CHAÎNE DE MAGASINS DE BRICOLAGE,  
DE DÉCORATION ET DE JARDINAGE  
LEADER SUR SON SECTEUR

## Sopafil - Bricorama

CRÉATION : **1980**

SIÈGE SOCIAL : **ROQUEBRUNE-  
SUR-ARGÈNS (83)**

CHIFFRE D'AFFAIRES 2015 : **15,7 M€**

## Objectifs de l'investissement

- Ouvrir de nouveaux magasins;
- Financer la restructuration interne afin d'améliorer l'efficacité commerciale.

## Actualité

Le groupe Sopafil, créé en 1980, est le 1<sup>er</sup> réseau franchisé Bricorama en France. Le Groupe possède à ce jour 12 magasins situés principalement dans les Alpes-Maritimes, qui emploient près de 100 salariés.

La levée de fonds effectuée auprès de M Capital Partners a notamment permis au Groupe d'ouvrir trois nouveaux magasins, à Beaulieu-sur-Mer (06), Cogolin (83) et à Peymeinade (06), de racheter deux magasins à Cannes et Le Cannet (06) et de rénover son magasin historique de Vence.

*Les performances passées ne préjugent pas des performances futures.*

*Les sociétés citées sont des exemples de PME figurant au portefeuille de M Capital Partners.*

