

ENTREPRISES

Levée de fonds historique pour Flexjet

AÉRIEN

La deuxième plus grande compagnie d'avions d'affaires au monde, Flexjet, vient de réaliser une levée de fonds record de 800 millions de dollars.

Noé Fridman

Le géant des vols d'affaires Flexjet veut grimper une marche de plus vers le luxe. La compagnie américaine a annoncé lundi une levée de fonds de 800 millions de dollars, un montant record dans le secteur de l'aviation privée. Le financement a été obtenu auprès d'un groupe de trois investisseurs, comprenant L Catterton (affiliée à LVMH, propriétaire des « Echos »), KSL Capital Partners et le Groupe J. Safra. Ils prendraient autour de 20 % du capital de l'entreprise, la valorisant autour de 4 milliards d'euros (3,4 milliards d'euros) selon CNBC. Flexjet se positionne sur le marché de l'aviation privée en multipropriété, une alternative à l'achat d'un jet privé. Ce modèle permet à plusieurs clients de partager la propriété et l'utilisation d'un appareil. En acquérant une part de l'appareil, ils bénéficient d'un certain nombre d'heures de vol par an.

Nouveaux investissements

Cette année, Flexjet n'était pas à

la recherche de fonds, mais a été approché en raison de l'intérêt de ces investisseurs pour le potentiel de ce secteur. Sur les 800 millions de dollars levés, 25 % (200 millions) seront redistribués aux actionnaires existants sous la forme de dividendes. Les 600 millions restants seront investis dans trois axes principaux : « *Construire des infrastructures, développer les marchés internationaux et améliorer notre marque* », indique Kenn Ricci, PDG de Flexjet. Ces fonds seront alloués à la diversification de la flotte, à la modernisation des terminaux et à l'académie de formation du personnel de bord à Londres.

La compagnie mise aussi sur l'expérience de LVMH dans le luxe pour améliorer ses offres, notamment dans l'aménagement des cabines. Malgré ce nouvel apport de capitaux, Flexjet envisage une croissance mesurée pour les années à venir. L'excédent brut d'exploitation, en progression constante ces dernières années (384 millions

de dollars en 2023 et une prévision de 425 millions en 2025), ne devrait pas connaître d'augmentation spectaculaire dans les trois à cinq prochaines années, selon le PDG.

Cette approche prudente contraste avec la forte croissance du marché de l'aviation d'affaires. D'après les informations données par le groupe, aux Etats-Unis, le nombre d'heures a grimpé de 54 % sur cinq ans, passant de 1,3 million d'heures par an à 2,1 millions.

En Europe, la progression est également impressionnante, avec une augmentation d'environ 30 %, passant de 567.000 à 736.000 heures. Flexjet a dégagé 2,6 milliards de dollars (2,2 milliards d'euros) de chiffre d'affaires sur l'exercice clos en septembre 2024.

11.000 euros le trajet

Flexjet doit également composer avec des enjeux économiques nouveaux, notamment les tarifs douaniers. Dans le secteur de l'aviation privée, les taxes





sont moins punitives que l'on pourrait imaginer, selon Kenn Ricci. Elles ne s'appliquent qu'aux composants fabriqués dans le pays d'origine. Par exemple, un avion assemblé au Brésil n'est pas entièrement taxé selon les tarifs brésiliens, mais selon le pays d'origine de chaque partie de l'appareil. Cette nouvelle configuration pourrait se révéler favorable au marché de la multi-propriété, d'après le PDG. Des tarifs élevés sur les avions neufs

pourraient inciter les clients à privilégier la propriété partagée, une alternative plus abordable.

Les taxes sur les transports aériens et les jets ne semblent pas non plus affecter outre mesure la clientèle de Flexjet. Selon le PDG, ces clients évoluent dans une sphère économique à part : « *Un client qui voudrait faire Paris-Nice, ça lui coûte 10.000 euros. Passer à 11.000 euros ne va pas le déranger, il va le faire quand même.* »

Interrogé sur la décarbonation de sa compagnie, alors que le secteur est très critiqué pour son empreinte climatique, le dirigeant est en revanche moins disert. Flexjet dit assurer la neutralité carbone des vols de l'entreprise par la compensation, une démarche qu'elle déclare également encourager auprès de ses clients. ■

