

## Mettre la table pour le développement durable

29 MARS 2023 7 MIN DE LECTURE

# Fable



Tout comme la mode, les tendances en matière de vaisselle vont et viennent et, trop souvent, les gens se procurent une nouvelle vaisselle attrayante sans trop se soucier de la façon dont elle a été produite, du lieu où elle a été fabriquée ou de sa durée de vie. Il y a également beaucoup à faire en ce qui concerne l'acheminement du produit depuis le magasin ou le fabricant jusqu'à votre domicile.

C'est pour changer cela que Joe Parenteau a créé [Fable Home Goods](#) en 2019 avec Tina Luu et Max Tims. L'objectif de Fable est de créer une marque de vente directe aux consommateurs en Amérique du Nord et en Europe; l'entreprise souhaite à plus long terme offrir des produits pour toutes les pièces de la maison. Actuellement, Fable, dont le siège est situé à Vancouver, est une entreprise axée sur le développement durable qui vend aux consommateurs nord-américains des produits de vaisselle de qualité supérieure, allant des assiettes et des bols aux ustensiles et aux textiles.

Les fondateurs, issus de l'industrie du logiciel, étaient à la recherche d'options différentes pour améliorer leurs propres articles d'intérieur. Bien qu'ils aient trouvé une large sélection de produits de marques connues, peu de ces produits présentaient un bilan favorable en matière de durabilité.

« Nous avons eu beaucoup de mal à trouver quelque chose qui nous plaisait vraiment, alors

nous nous sommes réunis tous les trois et nous nous sommes dit que nous pouvions peut-être résoudre ce problème, que nous pouvions peut-être créer quelque chose de spécial », explique Joe, cofondateur et directeur général de Fable.

« Au début, nous nous sommes débrouillés avec le capital que nous avons accumulé nous-mêmes. Cependant, nous avons constaté que nous avons besoin d'un soutien plus important et que nous devons faire appel à des partenaires qui pourraient nous aider à financer nos ambitions et à nous mettre en contact avec d'autres personnes qui croient en notre vision. »

## **Rapport sur les éléments clés d'une opération : financements par capital de risque**

353 opérations de financement d'Osler évaluées à plus de 6 milliards de dollars américains, qu'il s'agisse de financements d'amorçage ou de séries A à F. Quelles sont les conditions de l'opération ?

[Lire le Rapport sur les éléments clés d'une opération](#)

Les fondateurs de Fable ont d'abord obtenu du financement auprès de leurs amis et des membres de leur famille, puis Techstars, qui investit dans les entreprises en préamorçage, a investi dans l'entreprise en mars 2020, juste avant que la pandémie ne soit déclarée. Peu après, une société de capital-risque du Royaume-Uni, quelques investisseurs providentiels ainsi qu'une société de capital-risque de Chicago ont permis à l'entreprise d'obtenir du financement de série A.

## **Le boom pandémique propulse le marché des articles d'intérieur**

Lorsque la pandémie a frappé, les fondateurs ont eu une conversation sérieuse pour décider s'il fallait continuer, compte tenu de l'incertitude du marché. Ils ont alors décidé de doubler la mise, sachant que les gens confinés chez eux cherchaient à améliorer leur environnement. Au même moment, d'autres grandes marques, rendues plus frileuses en raison du climat incertain, réduisaient leurs budgets de marketing.

« C'était une période intéressante où l'activité de marketing était très abordable parce qu'il y avait une baisse du côté de l'offre. Personne ne voulait investir dans la publicité payante, mais la demande était en hausse. Les gens passaient plus de temps sur leur téléphone et les médias sociaux, il y avait donc plus d'occasions dans les médias sociaux, explique Joe. Notre approche initiale du commerce électronique et l'accent mis sur les médias sociaux ont donné de bons résultats. Le coût pour atteindre mille personnes n'avait jamais été aussi bas. C'était une période fantastique pour lancer une entreprise. »

Joe et ses partenaires avaient prévu que l'entreprise se développerait à un rythme beaucoup plus prudent qu'elle ne l'a fait, et ils ont dû faire face aux défis d'une forte demande et à des retards dans la chaîne d'approvisionnement, qui ont également été un facteur pendant la pandémie.

« Lorsqu'il s'agit de produire des objets tels que des articles en céramique et en verre ou des couverts, les délais d'exécution ne sont pas très rapides. Nous étions également confrontés aux défis typiques des entreprises en démarrage : Comment choisir l'emballage? Comment expédier nos produits de manière à ce qu'ils ne soient pas endommagés? Combinez tous ces facteurs à une forte demande et vous obtenez des défis très particuliers », explique-t-il.

Depuis lors, Fable a pu surmonter ces difficultés grâce à un meilleur financement et à une meilleure compréhension de la planification.

« Nous comprenons mieux les effets des conditions du marché sur nos activités », déclare-t-il.

En juillet 2022, Fable a obtenu un financement de série A de 8,4 millions de dollars canadiens auprès de Listen Ventures, True Global Ventures et Sandpiper Ventures du Canada atlantique. Grâce à ce financement de série A, Fable a l'intention d'élargir ses activités au Royaume-Uni, d'ouvrir de nouveaux points de vente et d'élargir sa gamme d'articles d'intérieur.

## Collaboration avec Osler

Fable est entrée en contact avec Osler grâce à la recommandation d'un collègue, et ce contact s'est fait au bon moment pour la croissance de l'entreprise.

« En fin de compte, Osler nous a proposé une excellente offre dès le départ, c'est-à-dire un meilleur moyen de financer nos frais de démarrage. Sachant que nous voulions être soutenus par du capital-risque, c'était une solution souple et peu coûteuse. Nous avons toujours eu accès au soutien juridique dont nous avons besoin, compte tenu de l'entreprise que nous voulions créer », explique Joe.

## Objectifs pour 2023

Pour l'année à venir, Fable cherche à introduire de nouvelles catégories et à développer sa gamme de produits.

« Nous continuons à mettre la table du point de vue des produits. Nous envisageons des accessoires pour le vin, d'autres verres à cocktail dans le courant de l'année ainsi que des articles en bois. C'est un grand pas en avant pour l'entreprise. Nous travaillons également à la modernisation d'un local pour ouvrir un nouveau magasin de détail à Vancouver. Nous en avons un à Gastown, mais nous sommes en train d'en ouvrir un à Granville South, et nous sommes très emballés », dit-il.

L'entreprise fait également face aux incertitudes du marché.

« C'est une période remplie de défis pour toutes les entreprises en démarrage et toutes les entreprises en général. Je pense que nous essayons d'y faire face du mieux que nous pouvons, en faisant preuve de prudence et en saisissant les occasions qui se présentent », déclare-t-il.

## Conseils aux autres fondateurs

Pour les jeunes entreprises qui espèrent percer sur le marché de la consommation comme l'a fait Fable, Joe conseille de faire ce qu'il faut pour établir une base solide afin d'attirer les bailleurs de fonds dans un contexte qui a beaucoup changé.

« Si vous travaillez dans le domaine du commerce électronique et que vous fabriquez des produits physiques, concentrez-vous sur les principes fondamentaux de l'entreprise, soit la rentabilité, et vous obtiendrez ainsi un financement solide. Je crois que c'est la manière d'arriver à obtenir d'excellents résultats pour l'avenir. »