

SOMMAIRE

Panorama des modes de financement

Les financements non dilutifs _____ page

- ⇄ Les prêts
- ⇄ Les subventions
- ⇄ Les appels à projets et concours
- ⇄ Le Bootstrapping

Le Crowdfunding _____ page

La levée de fonds _____ page

- ⇄ Friends and family - Love money
- ⇄ Business Angels
- ⇄ VC - Fonds d'investissement
- ⇄ Le Media for Equity

Étape et documents de la levée de fonds

La recherche d'investisseurs _____ page

Le Business Plan _____ page

L'Executive Summary _____ page

Le Pitch _____ page

Négocier et changer la levée

La valorisation et les clauses _____ page

Le termSheet et la due diligence _____ page

Le pacte d'associés _____ page

Le board _____ page

Conclusion



INTRODUCTION

INTRODUCTION

La levée de fonds est un des termes les plus entendus dans le monde des start-up et dans l'entrepreneuriat en général. Mais si ce terme fait rêver de nombreux entrepreneurs, il est très difficile de lever des fonds. Seulement environ 5% des dossiers trouvent des investisseurs, business angels ou fonds d'investissement.

Alors est-il vraiment indispensable de lever des fonds ? Sans levée, comment financer la création et le développement de son entreprise sans faire entrer des investisseurs dans son capital ? Si la levée de fonds vous semble indispensable, alors quel est le processus à suivre ? Comment monter mon dossier et séduire les investisseurs ? Et comment négocier leur entrée tout en me protégeant au maximum ?

C'est pour répondre à toutes ces questions et vous donner toutes les clés pour vous développer que [Myexperteam](#) a créé ce livre blanc. En effet, la levée de fonds est souvent un terme galvaudé dans la bouche des entrepreneurs, et il cache souvent des mythes et des secrets bien gardés.

On espère que vous trouverez ici l'ensemble des éléments que vous êtes venu chercher, pour réussir le financement de votre start-up avec ou sans levée de fonds. De l'amorçage à la gestion de son board d'investisseur, nous avons essayé de balayer l'ensemble des étapes du processus.

Alors vous êtes prêt à embarquer avec nous dans notre road trip ? Munissez-vous de votre plus grande ténacité, de votre plus sage patience, et de vos meilleurs atouts, car la route est longue et sinueuse !

BUSINESS ROAD TRIP



À PROPOS DES AUTEURS



Myexperteam est la **première plateforme de conseils d'experts business à la demande**. Vous avez des questions relatives à la création de votre entreprise ou à son développement? Les experts de Myexperteam sont tous sélectionnés, et répondent à toutes vos questions par téléphone ou par visio-conférence.

Vous souhaitez améliorer votre pitch, optimiser votre BP, lancer une campagne de Crowdfunding? Vous trouverez sur Myexperteam des experts pour vous apporter des **réponses personnalisées, rapidement et à coût ajusté**.

[Visiter le site de Myexperteam](#)



1001startups est un site de ressources pour entrepreneurs, qui propose des conseils, des interviews et des outils pour entreprendre avec l'esprit start-up. Toutes les semaines, 1001startups propose aussi une newsletter partageant et décryptant le meilleur des articles start-up diffusés en France et dans le monde.

[Visiter le site de 1001startups](#)



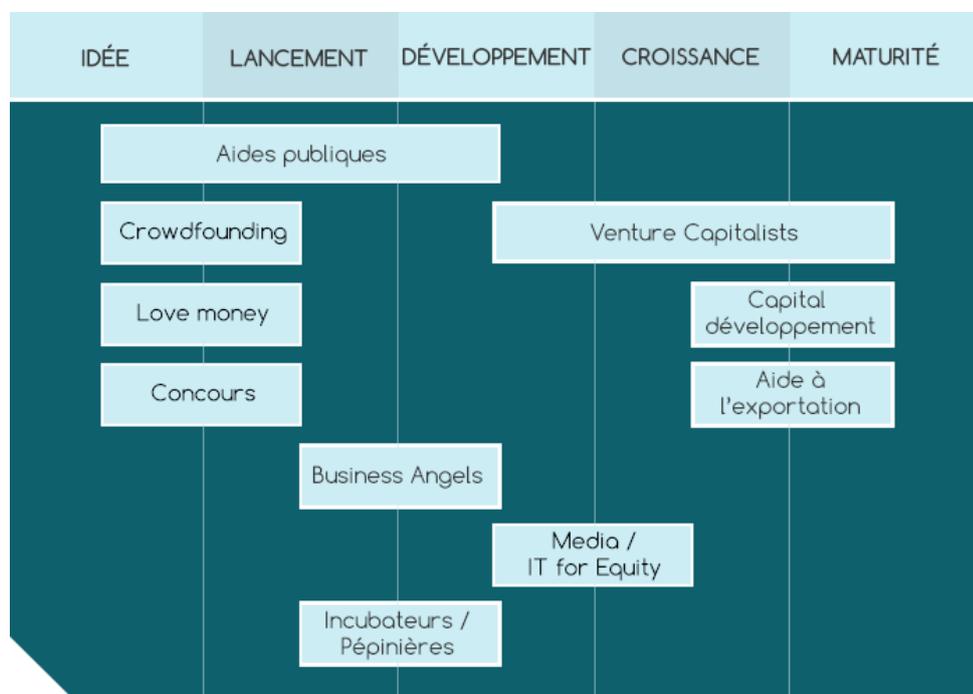
Maddyness est devenu en près de trois ans le **support de référence des startups en France**. Un magazine devenu incontournable pour les acteurs de la finance, des médias, des nouvelles technologies et de l'innovation en France depuis son lancement en 2011 avec **plus de 250 000 lecteurs par mois**.

[Visiter le site de Maddyness](#)

PANORAMA DES MODES DE FINANCEMENT

PANORAMA DES MODES DE FINANCEMENT

Pour lever des fonds, de nombreux modes de financement vous tendent les bras. Dans cette première partie, nous vous présentons l'ensemble des financements dont vous pouvez disposer ainsi que les acteurs qui les proposent. Vous trouverez ci dessous un panorama des financements existants qu'ils soient dilutifs ou non, existants dans les différentes phases de développement :



Il faut savoir qu'une levée de fonds prend en moyenne 6 mois ! Avant d'ouvrir votre capital et d'entrer dans une démarche, longue et complexe, il est important de se poser plusieurs questions en amont :

- Mon projet est-il à un stade nécessitant une levée de fonds ?
- Suis-je prêt à ouvrir mon capital et faire rentrer des personnes extérieures dans ma société ?
- De quelle somme ai je besoin pour mon développement ?
- Quelle valorisation pour ma start-up ?
- Comment optimiser ma trésorerie pour tenir entre 6 mois et 1 an ?
- Dois-je engager un leueur pour faciliter la démarche de levée de fonds ?

Toutes ces questions vont vous permettre d'appréhender la démarche de levée de fonds dans de bonnes conditions, et construire un plan de financement solide et en adéquation avec votre ambition, vos besoins et votre timing.



Les financements non dilutifs

Lors d'une création d'entreprise, les entrepreneurs rencontrent souvent des difficultés à financer leur projet. Les aides publiques aux entreprises innovantes sont très diverses et il n'est pas toujours évident de s'y retrouver. Pourtant, elles sont devenues incontournables pour financer le lancement et l'amorçage d'une startup, car à ce stade, obtenir l'aide des investisseurs est très difficile, jusqu'à ce que l'entreprise ait pu prouver sa viabilité.

Les aides publiques sont une véritable solution pour pallier au manque de financements privés en amorçage, et permettent d'obtenir des fonds sans diluer le capital. Cependant, il est souvent nécessaire de détenir des fonds propres importants, le montant des aides étant souvent proportionnel au montant des fonds propres.

Les prêts et les avances remboursables

Les prêts bancaires

Il est toujours difficile d'emprunter lorsque l'on démarre son entreprise, et d'autant plus lorsque l'activité est innovante et sans bien à hypothéquer. En effet, les banques sont réticentes à financer un projet qui n'a pas encore fait ses preuves et dont l'avenir est incertain. De plus, dans le cas d'un prêt, les banques souhaitent généralement un niveau de fonds propres élevé, ce qui est souvent problématique pour les entrepreneurs.

Les avances remboursables

Pour prétendre à l'obtention de ces aides, vous devez cependant répondre à certains critères, différents en fonction du type d'avance et de l'organisme qui l'octroie.

Les avances remboursables sont des prêts à taux zéro, consentis aux entreprises pour les aider à financer certaines dépenses (en partie liées à la recherche et à l'innovation). La plupart des avances remboursables de BPI France ne sont dues qu'en cas de succès. C'est le cas notamment pour l'aide à la faisabilité de l'innovation, l'aide pour le développement de l'innovation ou l'aide aux entreprises de la filière aéronautique. Ce type d'aide se distingue du prêt à taux zéro qui est remboursable en toute situation, réussite ou échec du projet.

Le montant des avances remboursables est généralement compris entre 10.000€ et 50.000€, plafonné à 50% des dépenses. Leur remboursement s'effectue la plupart du temps sur une période entre 3 ans et 5 ans.

Les financements non dilutifs

Les acteurs proposant des avances remboursables sont nombreux et divers selon les régions. Nous pouvons tout de même citer BPI France, la Chambre des Métiers et de l'Artisanat, les Conseils généraux, les régions et également certains incubateurs et pépinières. Pour connaître les dispositifs régionaux, n'hésitez pas à vous adresser aux incubateurs.

Les prêts d'honneur

Ce type de prêt, généralement à taux zéro, est octroyé à la personne elle-même, et est, généralement compris entre 2000 et 50 000€ et peut ainsi représenter un effet de levier pour les demandes de prêts bancaires. [Initiative France](#) et [Réseau Entreprendre](#) sont des acteurs nationaux qui proposent des prêts d'honneur.

Les subventions

Accordées par l'État, les régions, les collectivités locales, les établissements publics administratifs et même l'Union Européenne, les subventions sont des aides financières représentant un véritable soutien à l'entrepreneuriat. Une fois versée, la subvention est pleinement acquise par l'entreprise et ne fait pas l'objet d'un remboursement. Cependant, les subventions sont souvent accordées pour des financements précis, selon certains critères d'éligibilité, et sous présentation de devis et factures.

Les démarches de subventions sont souvent longues, nous vous conseillons donc de ne pas être pressé lorsque vous engagez ces démarches. Veillez également à bien vous renseigner en amont du dépôt de dossier, afin de vous assurer de votre éligibilité.

Les incubateurs et pépinières d'entreprises

Les incubateurs et pépinières d'entreprises proposent parfois des dispositifs d'aides envers les startups qu'elles suivent. En plus d'un accompagnement personnalisé, de la location de bureaux et d'une mise en réseau, ces structures peuvent parfois vous aider à développer votre projet grâce à des aides financières sous la forme d'avances remboursables, subventions et/ou prêts d'honneur.

[Retrouvez également la liste des incubateurs en France dans cet annuaire.](#)

Les CCI régionales proposent également des dispositifs d'accompagnement, des concours et des aides pour financer votre entreprise. N'hésitez pas à vous rendre sur le site de [CCI France pour en savoir plus.](#)

Les financements non dilutifs

La bourse Frenchtech

Dispositif lancé en 2014, la Bourse Frenchtech est une subvention pouvant atteindre 30000€ destinée aux porteurs de projets et aux entreprises innovantes. Ciblée au départ pour les innovations non technologiques, son champ d'action a été élargi aux startups technologiques depuis 2015. La bourse, financée par BPI et l'Institut National de la Propriété Intellectuelle, représente 16 millions d'euros pour 2015.

Pour en bénéficier, votre entreprise ne doit pas dépasser un an d'existence, avoir un effectif inférieur à 250 salariés et un chiffre d'affaires de moins de 50 millions d'euros. De plus, vous devez être accompagné par une structure publique ou privée comme un accélérateur, incubateur, réseau d'accompagnement...

Le Paris Frenchtech Ticket : Pour que notre territoire puisse attirer davantage de talents et renforcer son attractivité, un nouveau dispositif sera prochainement créé en 2015 par la ville de Paris et l'État : le Paris Frenchtech ticket. L'objectif est de faire de Paris la capitale mondiale des startups. **Destiné aux entrepreneurs étrangers** souhaitant s'implanter en France, ce dispositif leur offrira notamment un visa, 12500€ pour 6 mois renouvelable une fois, un service administratif pour les accompagner dans leurs démarches quotidiennes, un hébergement gratuit dans une structure d'accompagnement...

Pour être éligibles à ce dispositif, les équipes fondatrices peuvent être maximum trois avec un seul Français. Pour cette grande édition, voici les dates à retenir :

- De Juin à fin Septembre 2015 : Dépôt des dossiers
- Décembre 2015 : Annonce des gagnants
- Janvier 2016 : Les premiers lauréats arrivent en France

Pour en savoir plus sur les dispositifs, rendez-vous sur le site de [la French Tech](http://la.french.tech).

Les financements non dilutifs

Horizon 2020

L'Union Européenne a lancé le 1er Janvier 2014 un programme de soutien dédié au développement de l'innovation des startups et PME. Baptisé Horizon 2020, ce programme d'une période de 7 ans, dispose d'un budget d'environ de 79 milliards d'euros en faveur du financement de la Recherche et de l'innovation. Il se décline sous 3 priorités : l'Excellence scientifique, la Primauté industrielle et les défis sociétaux.

Ce dispositif accorde des subventions entre 50.000 et 2.5 millions d'euros dont le montant est fixé suivant la phase de maturation du projet. Attention cependant, ce dispositif est très sélectif et il y a très peu de sociétés financées. Sachez tout de même qu'il vous est possible de soumettre votre candidature en participant à un des nombreux appels à projets inscrit sur le [site du programme Horizon 2020](#). Si vous voulez avoir une petite chance d'obtenir cette subvention, votre dossier ne doit absolument pas dépasser 10 pages !

Autres dispositifs

BPI au service du développement des startups !



BPI est une structure publique qui accompagne les startups et PME dans leur création, leur croissance et développement en leur offrant des solutions de financements. Avances remboursables, subventions, prêts à taux zéro, BPI dispose d'un large panorama d'aides financières pour tous les stades de la vie des entreprises.

Voici une liste non exhaustive des dispositifs proposés par BPI. :

- [Aide aux partenariats technologiques](#)
- [Aides aux entreprises de la filière aéronautique](#)
- [Aide pour la faisabilité à l'innovation](#)
- [Aide à la réindustrialisation](#)
- [Bourse Frenchtech](#)
- [Prêt Croissance](#)
- [Prêt Innovation](#)
- [Prêt d'amorçage](#)
- [Contrat de développement innovation](#)

[Retrouvez ici toutes les aides proposées par BPI](#)



Les financements non dilutifs

Le Crédit Impôt Recherche

Le Crédit d'Impôt Recherche (CIR) est un dispositif fiscal adressé à toutes les entreprises ayant des dépenses en Recherche et Développement. Cette aide vise à soutenir les démarches de R&D en les finançant jusqu'à 40% du montant des dépenses. Ce dispositif se présente sous la forme d'une réduction d'impôt déductible à la fois de l'impôt sur le revenu et sur les sociétés.

Sachez qu'un dossier de CIR va se constituer au fil de l'eau. Si vous ne pouvez le demander qu'à la fin de la première année de votre programme de recherche, sachez tout de même qu'en amont de votre demande de CIR, vous pouvez constituer un dossier pour la demande d'un rescrit. Dans ce dossier, vous reprenez votre état de l'art, le détail de votre projet et estimez vos dépenses et le temps. Ceci vous permet en amont de faire analyser votre dossier par un expert, qui se positionnera favorable ou pas. Sachez tout de même que cela n'engage en rien les impôts à vous délivrer le crédit d'impôt, mais cela permet tout de même de border le processus.

À partir du moment où vous demandez un CIR, votre dossier est étudié par les impôts. Si votre dossier est contrôlé et que votre CIR est remis en question, attention, car vous avez de grandes chances de subir un contrôle fiscal. Le taux du Crédit d'impôt accordé est de 30% des dépenses déclarées en R&D (notamment avec les diverses factures fournies). Dès que vous demanderez un remboursement supérieur à 50.000€, il y a de grandes chances pour que l'on vous demande de justifier vos dépenses.

Le saviez-vous ? Si vous êtes une entreprise qui bénéficie du CIR depuis 2 ans, vous pouvez bénéficier du PREFICIR, un paiement par anticipation de 80% de votre CIR.

Les financements non dilutifs



Comment bien préparer son dossier CIR

Par **Xavier Milin**, expert en financement

La première action est d'identifier un projet de R&D et de vous poser la question : Suis-je éligible ?

Vous ne devez pas être dans une démarche de « Toucher à tout prix du CIR ». Vous devez d'abord entamer votre projet de recherche, puis justifier votre demande par l'état des lieux et l'état de l'art à la fin de la première année. L'état de l'art est au cœur de votre dispositif CIR, car c'est lui qui va convaincre votre interlocuteur que vous faites bien de la R&D.

Si vous voulez crédibiliser votre projet en R&D, il vaut mieux travailler avec un centre de recherche ou recruter un jeune docteur (remboursement de l'ensemble du salaire chargé sur deux ans).

Dans le cas où vous avez travaillé avec une ou plusieurs entreprises internationales, sachez que certaines nationalités d'entreprises n'entrent pas dans le dispositif. Par exemple, les sociétés Suisses ne font pas parties de la CEE.

Anticipez votre demande de CIR et faites un plan de développement de vos produits dans le temps. N'attendez pas d'être à la fin de votre année pour commencer vos déclarations, cela vous évitera de commettre des erreurs dans vos calculs. Vous devez collecter au fur et à mesure toutes les traces, relevés de temps, comptes rendus de réunion et emails capables de prouver l'implication de votre équipe sur les aspects de recherche.

Une fois votre déclaration faite et envoyée, le remboursement n'intervient que quelques mois après, anticipez donc votre trésorerie pour ne pas rencontrer de difficultés.

Vous souhaitez savoir si vous êtes éligible au CIR ou bénéficiaire de conseils sur votre dossier ?

Xavier vous conseille



Le Crédit Impôt Recherche ne couvrant pas l'aspect innovation, le **Crédit Impôt Innovation** a vu le jour depuis 2014. En effet, une entreprise faisant du développement informatique ne fait pas forcément de la R&D au sens du Ministère de la Recherche ! Le CII a été créé pour répondre à cette demande, et permet alors d'ouvrir le champ du crédit d'impôt.

- Le Crédit Impôt Innovation est limité à un plafond de dépenses de 400000€ dont il ne prendra que 20% soit un CII maximum de 80.000€. Le CIR, quant à lui, n'a pas de plafond.
- Vous pouvez toucher à la fois le CIR couplé du CII si, par exemple, vous travaillez sur plusieurs projets dans votre entreprise : un projet purement CIR et l'autre CII.
- Le Crédit d'Impôt va fonctionner à postériori, et se baser sur la constatation des dépenses déjà effectuées.

Les financements non dilutifs

Le statut de Jeune Entreprise Innovante

Le statut de Jeune Entreprise Innovante permet aux entreprises créées entre le 1er Janvier 2014 et le 31 Décembre 2016, qui nécessitent des dépenses en Recherche et Développement d'au moins 15% de leurs charges, de bénéficier d'exonérations fiscales et sociales.

Les entreprises éligibles :

- employant moins de 250 salariés,
- réalisant un chiffre d'affaires de moins de 50 millions d'euros ou d'un total de bilan inférieur à 40 millions d'euros,
- ayant moins de 8 ans,
- ayant réalisé, à la clôture de chaque exercice, des dépenses en R&D représentant au moins 15% des charges fiscalement déductibles.
- Pour en savoir plus, nous vous invitons à vous rendre sur le site du [Ministère de l'enseignement supérieur et Recherche](#).

[Vous souhaitez être conseillé sur vos démarches de JEI ?](#)



Les aides à l'export

Souvent moins connues, les aides financières à l'export et l'internationalisation peuvent représenter un soutien considérable pour les startups et PME voulant franchir le cap international. Parmi ces aides, [l'a3p](#) est un dispositif de la Coface qui permet de prendre en charge une partie de la prospection que vous effectuerez sur un marché étranger.

L'ACCRE

L'ACCRE est une exonération des cotisations sociales, valable 1 an, destinée aux créateurs et repreneurs d'entreprise. Sont éligibles les 18 ans et 25 ans, et les moins de 30 ans qui ont une durée d'activité insuffisante pour avoir droit aux allocations chômage.

Les appels à projets et concours

Les appels à projets

Ils sont proposés par des entités publiques et privées telles que la Commission Européenne, l'Agence de l'Environnement et de la Maitrise de l'Énergie, BPI France, les conseils régionaux..., qui souhaitent soutenir des projets sur des thématiques bien précises en vue de répondre à un besoin. Les aides accordées sont aussi bien d'aspects financiers, matériels ou techniques. Avant de candidater, vous devez vous assurer que votre projet correspond aux valeurs de l'appel émis. Prenez donc connaissance de l'ensemble des conditions et des pièces justificatives à fournir en amont de la préparation du dossier.

Pour consulter l'agenda des appels à projets, [rendez-vous ici](#).

Les concours

Au-delà de l'aspect financier des gains, les concours apportent d'autres avantages : confronter son projet et son pitch devant un public, se constituer un réseau et gagner en visibilité, notamment grâce à une exposition médiatique. Ils peuvent également apporter une certaine crédibilité face à vos clients. LeWeb, Le petit poucet, 100journspourentreprendre, le prix jeune entrepreneur, La Tribune, Graines de boss, Concours Coup de Pousse ou encore le Trophée Startup Numérique, les concours se déclinent sous toutes les formes et pour tous les secteurs.

Qu'ils soient internationaux, nationaux ou régionaux, les concours peuvent vous apporter un vrai plus pour le développement de votre startup, alors tentez votre chance !

Les financements non dilutifs

Utiliser ses propres moyens pour financer son entreprise

Le bootstrapping

Au-delà des financements que vous pouvez obtenir, il existe un autre moyen de financer votre start-up : le bootstrapping. Ceci consiste à utiliser ses propres moyens et à générer du chiffre d'affaires pour autofinancer son projet. Les allocations chômage permettent à beaucoup de dirigeants de bootstrapper, en s'assurant un revenu les premiers mois.

Certaines entreprises qui bootstrappent, choisissent d'avoir une activité de prestation en parallèle pour générer du cash et l'utiliser pour le développement de leur Startup. Cependant, si vous choisissez cette voie, attention à ne pas vous éloigner de votre activité principale.

Réussir son bootstrapping c'est prouver que l'on est un entrepreneur courageux en plus d'être un bon gestionnaire. Mais parfois s'entêter dans du Bootstrapping, c'est aussi prendre le risque que des concurrents lèvent beaucoup d'argent et s'imposent en leader de votre marché !

Les start-up n'y pensent pas assez, mais la vente permet de faire rentrer des sous ! Parfois il vaut mieux se concentrer sur la vente que sur une levée de fonds ! Vente de produit, de prestations, d'actifs ou encore vendre à son client une exclusivité sont des pistes à étudier.

Les start-up qui réussissent lèvent-elles forcément des fonds ?

Le média américain INC publie tous les ans le classement des 5000 entreprises américaines à plus forte croissance (l'INC 5000 Fast Company).

Et, donnée plutôt surprenante, la plupart de ces entreprises n'ont pas procédé à du financement par l'entrée de capitaux extérieurs !

Parmi les 5000 entreprises à plus forte croissance des Etats Unis, 41,7% du financement est personnel et 23,4% provient des clients ! La levée de fonds est souvent envisagée comme une nécessité absolue par les start-up... Pourtant, ces données énoncent clairement qu'un autre financement est possible ! A bon entendeur...

[En savoir plus : Consulter INC 5000](#)

Financer son activité avec ses fournisseurs

Les fournisseurs sont une partie prenante de l'activité de l'entreprise, et pourtant parfois leur utilisation est sous exploitée ! En mettant en place des partenariats pertinents et judicieux, les fournisseurs peuvent en partie vous aider à financer votre activité ! Co-marketing, co-développement, délais de paiement.... doivent être réfléchis judicieusement !

Le Crowdfunding

*Avec l'émergence d'internet, il est maintenant possible d'acquies des financements pour son projet grâce au Web. **Le crowdfunding est un phénomène mondial en plein boom, et a permis une levée totale d'environ de 78 millions d'euros en France en 2013.** Cette nouvelle pratique surfe sur la tendance de l'économie collaborative et prend de plus en plus d'ampleur en France et dans le monde.*

Un projet n'ayant pas encore fait ses preuves n'est souvent pas assez crédible aux yeux des banques et les porteurs de projets peuvent faire face à des refus de prêts. Le crowdfunding peut être une solution alternative pour les jeunes entreprises.

Le crowdfunding ou « financement par la foule » permet à un entrepreneur de financer le lancement ou le développement de son business grâce à la participation des internautes, qu'ils soient parents, amis ou totalement inconnus. Un grand nombre de personnes va contribuer financièrement par le biais de tickets pouvant aller de quelques euros à plusieurs milliers d'euros. Ces sommes mises bout à bout vont permettre de récolter des fonds pour donner naissance ou assurer le développement de beaux projets. Ce mode de financement se situe donc souvent dans une phase d'amorçage des startups.

Au delà des fonds récoltés, vos « financeurs » contribuent à renforcer la crédibilité de votre projet, à sa visibilité, et, de facto, son succès. Le crowdfunding est donc l'opportunité de fédérer votre communauté autour de votre projet. Initialement développé autour des projet musicaux, ce son aujourd'hui de nombreux secteurs qui sont concernés, tels que le sport, le High Tech, la mode, l'audiovisuel ou encore la création artistique. Actuellement, une soixantaine de plateformes crowdfunding sont proposées sur le web en France. Vous trouverez en [Annexe 1](#) la liste des plateformes de Crowdfunding disponible en France.

Les plateformes de Crowdfunding sont réparties sous quatre formes :

1. Le don

Cette pratique se caractérise par le fait de donner de l'argent pour un projet sans attendre une quelconque contrepartie en retour. Le don est une pratique courante pour les associations et les entreprises à valeur sociale et solidaire, mais il n'est pas rare de voir d'autres entreprises et startup faire appel au don. Parmi les plateformes de Crowdfunding utilisant le système de don sans contrepartie, nous retrouvons [DavinciCrowd](#), [Les Petitespierres](#) ou [United Donations](#).

Le Crowdfunding

2. Le don contre récompense

Lorsqu'un internaute investit dans un projet, il recevra une récompense en fonction de son montant. Un remerciement, un disque offert, une réduction ou encore un dîner dans un hôtel étoilé, plus le montant est élevé, plus la récompense sera avantageuse. C'est à l'entrepreneur de décider des contreparties. Les récompenses doivent, cependant, être en lien avec votre secteur. Ces contreparties seront délivrées à vos contributeurs une fois l'objectif atteint. Cette pratique est plus souvent utilisée pour la création ou le développement de produits. MyMajorCompany, Touscoprod, KissKissBankbank, Foodraising ou encore lamlamode sont des plateformes de don contre récompense.



Crowdfunding Don contre Don : Les 3 plus erreurs les plus fréquemment réalisées

Par **Ganael Bascou**, *Expert en financement*.

1/ Imaginer qu'une opération de Crowdfunding n'est qu'une opération de communication. Se lancer dans une collecte doit réellement être considéré comme un projet à part entière ! Il faut produire beaucoup de contenu en amont du lancement, à la fois du texte et des supports multimédia.

Par ailleurs, avec une opération de Crowdfunding, vous élargissez votre cible, et l'audience est en général élargie. Vous devez donc orienter vos contenus vers l'usage et pas vers le produit ! Ne parlez pas de vos développements techniques, de votre innovation ou de votre ambition, mais montrez des users case et des témoignages !

L'après campagne doit également être réfléchi en amont. Car si vous n'avez pas de distributeurs ou de nouveaux produits après votre campagne, vos contributeurs ne pourront pas continuer à vous soutenir.

2/ Les contreparties sont souvent... Très classiques ! Un totebag, un pin's, votre produit... Sachez que les contributeurs sont souvent tout aussi séduits par votre produit que par l'aventure que vous proposez. N'hésitez pas à benchmarker les différentes contreparties proposées partout dans le monde, pour vous inspirer des idées les plus originales ! Parfois, un repas avec l'équipe, une journée de test produit, un workshop... seront plus bienvenus. Pensez donc aux deux profils de contributeurs, les pragmatiques qui veulent acheter votre produit, et les rêveurs qui veulent faire partie d'une aventure excitante.

3/ Ne se focaliser que sur les « contributeurs en devenir ». Les contributeurs ayant déjà participé sont souvent sous exploités, au profit des contributeurs potentiels. Pourtant, engager ses contributeurs (au-delà du simple remerciement !) peut réellement faire la différence. Entretenez votre communauté avec des informations exclusives, des anecdotes, des blagues... vous devez les considérer comme des membres de votre équipe ! Plus engagés dans votre aventure, ils pourront devenir, plus que de simples financeurs, de véritables ambassadeurs.

Vous souhaitez lancer et réussir une campagne de Crowdfunding ?

Ganael vous conseille



L'EXPERT
MYEXPERTTEAM

Le Crowdfunding

3. Les prêts

Autorisées depuis le 30 mai 2014 à l'initiative de Fleur Pellerin, les plateformes de crowdfunding peuvent désormais proposer le prêt d'argent pour financer les projets. Attention, le montant par investisseur et par projet ne peut dépasser 1000€ dans le cas d'un prêt avec intérêts et 4000€ pour les prêts sans intérêts. La durée du crédit est limitée à 7 ans au maximum. Côté emprunteur, le montant de l'emprunt ne doit pas excéder 1 million d'euros. Certaines plateformes choisissent le remboursement du prêt avec intérêts, pour d'autres ce taux est nul. Nous pouvons citer comme exemple, [BabyLoan](#), [HelloMerci](#) ou [Unilend](#).

4. La prise de participation au capital ou l'equitycrowdfunding

Cette pratique dilutive est désignée par le fait qu'un internaute qui investit dans un projet prend en contrepartie des actions dans l'entreprise. Ce type de financement se rapproche d'une levée de fonds classique. Une fois le montant acquit et l'objectif atteint, l'internaute est contacté pour prendre connaissance des formalités et des clauses d'association. Ce modèle offre la possibilité de réaliser une plus-value en cas de revente des parts. En général ce mode d'investissement est utilisé surtout par les entreprises qui recherchent 100000 euros minimum. [Smartangels](#), [Anaxago](#), [Sparkup](#) et [Kiosk to Invest](#) sont des plateformes d'equity crowdfunding.

Le Crowdfunding

Zoom sur deux plateformes d'Equity-crowdfunding

Retrouvez toutes les plateformes de Crowdfunding en [Annexe 1](#).



anaxago

Anaxago est une plateforme d'equity-crowdfunding, dédiée aux startups et PME dont les besoins varient entre 100.000€ et 2 millions€. La plateforme offre aux entreprises, une source de financement capital risque en fédérant une communauté d'investisseurs.

Elle propose également une offre juridique complète et un accompagnement de qualité envers les porteurs de projet. Les membres peuvent devenir actionnaires d'entreprise(s) à partir d'un investissement de 1000€.

WISEED
participer autrement

Wiseed est un site de financements participatif en capital-risque et capital-innovation. La plateforme propose aux particuliers de devenir investisseurs et ainsi se regrouper pour investir à partir de 100€. Les investisseurs peuvent suivre et participer à la vie d'entreprises dans lesquelles ils ont investi en posant des questions, en faisant des suggestions ou en apportant son avis et retour d'expérience. Du côté des entrepreneurs, Wiseed les accompagne pendant la finalisation de leur levée de fonds mais également à la sortie de l'investissement. Près d'une cinquantaine de beaux projets ont réussi à lever des fonds.

Le processus du financement par le Crowdfunding

Le choix de la plateforme

Avant toute chose, il est primordial de choisir la bonne plateforme. Votre projet s'adresse-t-il à une large audience ou plutôt à un public spécialisé ? Souhaitez-vous un financement par le don, le prêt, la prise de participation au capital ? N'hésitez pas à solliciter des plateformes de crowdfunding à l'étranger si votre marché est plus sensible ailleurs.

Lorsque vous soumettez votre projet, vous devez mettre en avant son côté innovant, ses perspectives d'évolution et vos objectifs en termes de financement. Votre présentation doit être attrayante afin de susciter de l'intérêt. Il s'agit d'une vitrine mettant en avant votre projet et elle doit être renseignée d'un maximum d'informations, mais également attractive.

Le plus important dans votre présentation est l'accroche et le chapeau (c'est-à-dire les premières lignes d'introduction) donc soignez ces deux éléments, car c'est ce qui va contribuer à la viralité. Il s'agit de la première impression, celle-ci doit être forte. Pour renforcer votre crédibilité, n'oubliez pas la vidéo qui est un support très apprécié. Elle donne à votre présentation un aspect professionnel et augmente vos chances d'être financé.

Le Crowdfunding

En général le temps imparti pour financer votre projet est fixé entre 60 et 90 jours.

Dans la plupart des plateformes de crowdfunding, si vous n'arrivez pas à collecter le montant que vous vous êtes fixé, vos contributeurs seront remboursés et vous ne percevrez pas cet argent. [Pick and Boost](#) au contraire fonctionne par palier de financement. Par exemple, si vous n'avez pas atteint 100% de votre objectif mais que certains paliers ont été atteints, vous percevrez la somme correspondante à ces paliers.



USER CASE : Le plus gros succès Kickstarter

Le plus gros succès sur Kickstarter est une... glacière ! Mais attention, une glacière connectée aux multiples fonctions ! Le projet « The CoolestCooler » a récolté plus de 10 Millions de Dollars, un objectif atteint à plus de 20.000%. L'engouement autour des objets connectés s'est démontré une fois de plus. Pourtant, ce n'était pas tout de suite gagné pour Ryan Greepier et sa glacière ! Sa première tentative de financement s'était soldée par un échec, malgré de nombreuses actions pour se faire connaître. Pas découragé pour autant, le fondateur a retravaillé son design et construit une grande base de « fans » pour avoir l'impact le plus fort le jour J. Résultat : la glacière aux multiples facettes a produit l'effet d'une bombe !

Vous devez donc bien préparer vos objectifs et définir le montant en adéquation avec vos besoins. Vous devez être réaliste dans vos dépenses et ne pas être trop gourmand. De toute façon, le montant souhaité peut être dépassé! Réfléchissez donc à toutes les étapes importantes à votre projet ainsi que leur montant.

Le choix de la date de lancement

Le démarrage de la collecte est une période clé ! Si votre produit peut être un cadeau à offrir, pensez à ajuster votre lancement à des événements tels que la fête des mères ou des pères, Noël ou encore la Saint Valentin. Ainsi, si vous proposez du don contre récompenses, les participants pourront précommander votre produit pour le recevoir au bon moment. Attention cependant à bien respecter les délais et anticiper les éventuels imprévus. Un cadeau prévu pour Noël livré quelques jours après ne vous ferait pas une bonne pub !

Le Crowdfunding

Vous l'aurez compris, la date de lancement est très importante et un facteur clé du succès de votre campagne.

Comment communiquer son opération de crowdfunding ?

Votre projet a été validé ? Il faut alors savoir vendre son projet pour donner envie aux internautes, qu'ils vous soient proches ou non, d'investir.

Pourquoi devraient-ils investir dans votre projet et pas un autre ? Quelle est la valeur ajoutée de votre offre ?

Vous devez communiquer dès le départ, voire même en amont du lancement, car le temps de la campagne est court ! Cette étape doit être relayée sur les réseaux sociaux pour mobiliser sa communauté et l'encourager à partager. Cela contribuera à viraliser la campagne et favoriser le bouche-à-oreille. Pensez aussi à cibler des journalistes et les blogueurs. S'ils sont séduits et que votre campagne est bonne, ils relayeront l'information, vous permettant d'augmenter de manière conséquente la portée de votre campagne.

Après le lancement, communiquez régulièrement des nouvelles sur l'avancée de votre collecte. Assez souvent, en milieu de campagne, les retombées s'essouffent... Ne relâchez pas vos efforts et continuez d'entretenir la dynamique. Convaincre les internautes est un travail de longue haleine mais qui en vaut la peine, alors n'hésitez pas à contacter individuellement vos contacts !

[Prochaine destination : La levée de fond](#)

La levée de fonds

Nous voilà au cœur du sujet. Après avoir fait un panorama des différents modes de financement non dilutifs qui s'offrent à vous, nous vous présentons maintenant la levée de fonds, qui représente le mode de financement le plus recherché par les start-up.

Il existe trois types de fonctionnement de levée de fonds :

L'augmentation de capital en numéraire désigne une vente d'actions sur le marché financier afin d'obtenir de nouveaux financements pour le capital de la société. En contrepartie, le ou les dirigeants partagent le contrôle de leur société et les bénéfices avec de nouveaux investisseurs et ont un devoir de transparence de l'information. Le fait d'ouvrir son capital entraîne le partage des prises de décision et un changement de la structure du capital.

Émission d'un emprunt obligataire ou de valeur mobilière : L'entreprise va émettre des titres financiers sur le marché tels que des actions, des actions à bon de souscription, des obligations et obligations convertibles, ou échangeables en action,... Les emprunts obligataires ont la particularité d'avoir des taux plus attractifs que les emprunts bancaires.

Avance en compte courant d'associés : Si vous êtes associé, vous pouvez prêter de l'argent à votre entreprise pour renforcer ses fonds propres. Ce mode de financement permet de pallier rapidement des besoins de trésorerie à court terme. L'avance en compte courant d'associé peut être assimilée à un prêt remboursable de la société envers l'associé. Celui-ci peut à tout moment solliciter l'entreprise pour obtenir son remboursement.

En moyenne une levée de fonds s'écoule sur une période entre 3 mois et 9 mois. C'est donc une démarche longue et engageante.

Si toutes les startups parlent aujourd'hui de lever des fonds, il s'avère que cela n'est pas toujours adapté, et dans certains cas une levée de fonds peut mettre l'entreprise en péril.

Alors quels sont les cas où les entreprises ont intérêt à lever des fonds ?

Votre entreprise détient-elle un fort potentiel de croissance, et la possibilité de « **scaler*** » votre modèle ? Dans ce cas, la levée de fonds peut être une bonne piste de financement, car vous aurez besoin de rapidement vous imposer sur votre marché afin de devenir leader. En effet, les marchés évoluent très vite et ce sont souvent les premiers acteurs qui s'imposent.

La levée de fonds

Quelles situations justifient réellement une levée de fonds ?

- ↳ Renforcer son positionnement technologique
- ↳ Accélérer sa croissance et son acquisition client dans un marché concurrentiel
- ↳ Lancer un nouveau produit
- ↳ Se lancer à l'international

Certains secteurs ont davantage besoin de financements que d'autres, notamment les business à fort caractère technologique, ou des activités où la recherche et développement sont long et coûteux. Mais également les innovations de services qui ont souvent besoin d'évangéliser le marché avec beaucoup de communication avant d'entrevoir une rentabilité.

Tant que vous pouvez vous passer d'une levée de fonds et par conséquent d'une dilution de votre capital, faites sans ! Mais si vous souhaitez décoller ou financer des recherches ou un développement coûteux, les financements extérieurs peuvent devenir obligatoires. Si lever des fonds n'est pas automatique, les startups ont par définition vocation de se développer vite. Si vous attendez trop longtemps de générer du CA pour le réinjecter dans votre capital, cela prendra plus de temps que solliciter des investisseurs pour une levée de fonds.

S'il ne faut pas considérer la levée de fonds comme une fin en soi, lorsque la question de continuer ou s'arrêter faute de financements s'impose, vous ne devez pas longtemps hésiter, car une démarche de lever de fonds prend des mois. Le timing est donc primordial, et pourra vous assurer la réussite comme l'échec de votre levée.

Qu'il s'agisse de financements en love money, avec des business angels ou des fonds d'investissements, si vous souhaitez lever des fonds, vous devrez accepter le fait d'accueillir des nouveaux associés dans votre business, et vivre des changements dans votre entreprise :

- Vos investisseurs siègeront dans votre entreprise en formant des conseils d'administration et partageront vos décisions en disposant parfois d'un droit de véto.
- La possible réorientation de votre stratégie afin de maximiser le retour sur investissement de vos investisseurs.
- La rédaction d'un pacte d'actionnaire comprenant certaines clauses parfois très contraignantes.
- La sortie des investisseurs pour une nouvelle levée de fonds ou lors de la revente de la société est la priorité des investisseurs.

Friends and family

Pour permettre à l'entreprise de bien démarrer, la première solution est souvent de solliciter leurs proches pour récolter des fonds. C'est ce que l'on appelle la Love Money, également nommé l'argent des 3 C : Cousins, copains et cinglés.

Il s'agit souvent du premier stade de financement, celui qui va vous permettre de financer vos besoins à court terme, c'est-à-dire votre étude de marché et la première version de votre projet de votre entreprise. En moyenne, une première levée de fonds en Love Money se situe entre 10 et 50000€ et plus rarement 150000€.

L'argent réuni en faisant appel à vos proches va venir s'ajouter au capital de départ que vous détenez déjà. Si la Love Money permet de financer votre amorçage, il existe un autre intérêt, celui d'augmenter votre crédibilité pour vos futures démarches de financement, car cela prouve que vous avez réussi à convaincre et fédérer. Les banques, business angels, fonds d'investissement, seront d'autant plus intéressés que vous aurez déjà démontré votre capacité à convaincre.

Vos proches, en investissant leur argent, vous accordent leur confiance et vous démontrent leur soutien. À défaut de connaissance en création d'entreprise, ils vous font confiance à titre personnel, ce qui est tout aussi important. Le montant de leurs tickets varie généralement de quelques centaines à quelques milliers d'euros.

Cette démarche est un excellent exercice, car vous allez devoir apprendre à présenter votre entreprise et son offre de façon simple et claire, donc travailler votre pitch, puis vous bâtir un argumentaire solide pour les nombreuses questions à venir. Pour que vos proches investissent, vous allez devoir les convaincre et donc vendre au mieux votre projet et cela s'apprend.

Identifier les personnes à convaincre

Vous souhaitez bénéficier de financement de la part de votre réseau/entourage ? Les réseaux sociaux sont un bon moyen de faire passer un message en fédérant un maximum de personnes. N'hésitez pas à solliciter personnellement (via message privé) certaines personnes de votre entourage afin d'adapter votre discours suivant le contact. Et n'oubliez pas également de solliciter votre base de contact email pour leur demander de partager l'info avec leurs contacts. C'est votre premier cercle et le cercle de ce cercle que vous allez solliciter.

La levée de fonds

Comment les persuader de faire partie de votre société ?

Même si votre entourage croit en vous et en votre projet, passer le cap d'un investissement est une tout autre affaire.

Gardez à l'esprit qu'il s'agit tout de même d'un investissement, donc d'un acte important. Faites comme s'il s'agissait d'investisseurs professionnels et préparez un dossier détaillé composé d'un Executive Summary et d'un business plan (présenté page 36).

Pour mettre toutes les chances de votre côté et réussir à convaincre votre entourage, n'hésitez pas à créer une vidéo présentant votre business. Le côté visuel permettra à vos proches de mieux se projeter dans votre entreprise et surtout de comprendre son fonctionnement.

Les personnes composant votre premier cercle ne sont pas des investisseurs dans l'âme et n'ont probablement jamais investi dans une entreprise. Bon nombre de questions leur traversent donc l'esprit et vous devez être capable de répondre. Bâissez donc un solide discours argumenté ainsi qu'une sorte de FAQ, celui-ci vous sera également utile dans le futur.

Utilisez également les arguments financiers et fiscaux ! Investir permet une réduction d'impôts de 18% du montant limité à 50.000€ annuel pour une personne seule et 100.000€ pour un couple. Pour les personnes payant l'ISF, la réduction fiscale est accordée à 50%, mais non cumulable pour un même versement, dans la limite de 45 000€.

Cependant, en investissant dans votre société, vos proches doivent garder en tête la possibilité de perdre cet argent si jamais les résultats ne sont pas au rendez-vous. Afin d'éviter tout conflit familial et amical, signalez donc les risques éventuels, même plusieurs fois s'il le faut.

Première levée de fonds, première dilution de capital !

Une levée de fond en love money est un financement dilutif. Vous vous demandez combien vaut votre entreprise et combien de parts en capital devez céder à vos proches ? La question de la valorisation est toujours ardue, car valoriser sa start-up de façon rationnelle est difficile. Il faut être capable de valoriser une entreprise qui ne gagne pas encore d'argent, mais qui détient un gros potentiel de croissance.

Veillez à rester actionnaire majoritaire de votre entreprise le plus longtemps possible. En procédant à une levée de fonds en love money, votre entreprise va connaître la première dilution de son capital et si vous envisagez des prochaines levées de fonds, vous devez faire attention à ne pas trop diluer dès le départ. Cependant attention, un excès de valorisation sur une opération de Love Money peut être contraignant pour vos futures levées de fonds.

La levée de fonds

Le pacte d'actionnaires pour éviter les contentieux !

Même sur une opération de Love Money, vous n'êtes plus le seul maître à bord et vous devrez rendre des comptes régulièrement à vos nouveaux investisseurs.

Le pacte d'actionnaires permet de formaliser votre relation avec vos investisseurs. Son contenu est entièrement personnalisable, et toute sorte de clauses peuvent y être insérées (conditions de sortie, d'associations, de prises de décisions,...). C'est un document complexe qui nécessite une grande attention dans sa rédaction.

Au regard des faibles montants levés en love money, un pacte d'actionnaire n'est pas toujours rédigé. Dans ces cas-là, les règles de gouvernance de l'entreprise, ainsi que l'ensemble des informations relatives au contrôle du capital, devront être stipulées dans les statuts de l'entreprise. [Pour éviter les erreurs, n'hésitez pas à demander conseil auprès d'un professionnel.](#)

Pour gérer le quotidien avec vos nouveaux investisseurs et garder des relations saines, vous devez les informer régulièrement sur l'avancée de votre business. À ce stade de l'entreprise, le niveau de risque est élevé, les reportings vont permettre de rassurer vos proches et de répondre à leurs questions au fur et à mesure.

Les Business Angels

Votre première levée de fonds en Friends & Family vous a peut-être permis de financer le lancement de votre startup. Votre entreprise rentre désormais en phase d'amorçage et a des besoins en financements plus conséquents. Les business angels sont souvent la deuxième étape du financement.

Un Business angel est une personne qui investit une partie de son patrimoine personnel dans des sociétés innovantes à fort potentiel de croissance. À peu près 4000 en France contre près de 500.000 aux États-Unis, les business angels sont très sollicités par les entrepreneurs, générant une concurrence ardue. La fourchette des fonds levés avec des Business Angels varie généralement entre 100.000€ et 500.000€. En investissant dans un projet, les Business Angels peuvent parfois apporter, en plus du soutien financier, des conseils, des compétences et du réseau. Leur soutien apporte alors une valeur ajoutée réelle, à la fois au moment de l'investissement et dans le temps, car cela représente un véritable effet de levier pour des futurs investissements.

Les investissements des Business Angels s'adressent plutôt à des projets en phase d'amorçage mais s'étendent aussi au développement des entreprises. Le ticket moyen investi par chaque Business Angel s'élève entre 10.000€ et 20.000€, mais le montant peut parfois monter jusqu'à 500.000€.

La levée de fonds

Qui sont les business Angels ?

Souvent passionnés par l'entrepreneuriat, les business angels sont souvent des cadres dirigeants en activité ou à la retraite, ou des entrepreneurs souhaitant contribuer à la réalisation de nouveaux projets. L'objectif final commun à la plupart des business Angels est de dégager une plus-value sur leur investissement lors de leur sortie du capital. Les possibilités « d'exit » des Business Angels sont réalisées lors d'une nouvelle levée de fonds, la vente de la société ou l'introduction en Bourse.

Quelle fiscalité pour l'investisseur ?

La loi fiscale prévoit une déduction du montant de l'investissement sur l'IR et l'ISF pour toutes personnes physiques pratiquant un investissement pour une TPE, PME ou startup (-250 salariés, - 50 Millions € CA). L'exonération sur l'ISF est de 50% du montant investi avec un plafond déductible de 45000€, (soit 90000€ d'investissement max). Cette déduction est également autorisée sur l'impôt sur le revenu à hauteur de 18% et un investissement maximal de 50000€ pour une personne seule et 100.000€ pour un couple. La réduction de l'IR est limitée à 9000€ pour un célibataire et 18000€ pour un couple.

L'imposition sur plus-value

L'imposition sur les plus-values s'effectue en fonction d'un barème progressif. En effet, la taxe est prévue entre 0% et 45 % selon les tranches. À cela, vous devez ajouter des prélèvements sociaux de 15.5%. Un abattement est prévu et calculé suivant les années de détention des titres. Celui-ci est de 50% entre 2 et 8 ans de détention des titres, 65% au-delà et jusqu'à 85% pour les PME sous certaines conditions.

Les réseaux de Business Angels

Les business angels se regroupent souvent en réseaux qui peuvent se regrouper en 3 sortes :

Business Angels régionaux : Ils souhaitent contribuer à la dynamique de leur territoire, et peuvent investir dans des startups de tout secteur d'activité.

Business Angels sectoriel : Ils bénéficient de nombreuses compétences dues à un vécu professionnel dans un certain secteur et souhaitent mettre à profit leurs connaissances en finançant des projets de ce même secteur. Plusieurs associations sont affiliées à des secteurs d'activités bien définis tels que le bois, l'agroalimentaire, la santé, la mode, le software...

Groupelement affinitaire : Il s'agit d'investisseurs se regroupant par affinité. Cela peut être, par exemple, des groupes de femmes devenues investisseurs ou d'anciens étudiants Business Angels issus de la même école se rejoignant pour former des associations.

[Retrouvez notre liste \(non exhaustive\) de plateformes / réseaux de Business Angels dans notre Annexe 2.](#)

La levée de fonds



À chaque réseau, son processus de sélection

Lorsque les dossiers sont reçus par les Business Angels, sachez que tous les réseaux n'ont pas les mêmes pratiques pour l'instruction du dossier. Cette réflexion doit être prise en compte lorsque vous choisissez de soumettre votre dossier à ces réseaux.

Par exemple, Paris Business Angels instruit les dossiers dès qu'un seul investisseur signale son intérêt. Cela permet donc aux business qui ne remplissent pas tous les « Must Have » de passer la première épreuve de la commission.

À l'inverse, Investessor instruit les dossiers lorsqu'une majorité de business angels manifeste un intérêt. Ceci laisse peu de place à des projets plus atypiques, comme dans le Hardware ou l'agroalimentaire... ne pouvant pas proposer un modèle scalable.

Les Venture Capitalist

Les fonds d'investissement en capital-risque sont gérés par des Venture capitalists, appelés également capitaux risqués ou VC. Il s'agit de professionnels du private equity qui récoltent l'argent d'investisseurs privés ou institutionnels, et qui gèrent une enveloppe globale de plusieurs millions. Ainsi, les fonds sont eux même amenés à lever des fonds pour constituer leurs enveloppes d'investissement. Ils investissent dans le capital d'entreprises non cotées, à caractère innovant et à fort potentiel de croissance.

Pour bien comprendre le fonctionnement des cycles d'investissement des VC, il faut savoir que la durée de vie d'un fonds est légalement plafonnée à 10 ans.

Ceci signifie que les investissements doivent être récupérés avant la fin de la vie du fond. Ceci entraîne pour le fond des contraintes d'agenda importantes. Ainsi, le fond va opérer la majorité de ses investissements dans les 5 ans qui suit sa création, avec l'espoir de faire des sorties positives avant la fin du fond, soit 10 ans après sa création. Ainsi, si vous démarchez un fonds qui a 7 ans avec un projet peu mature, vous n'avez aucune chance de vous faire financer, car ce dernier n'aura jamais la possibilité de récupérer leur investissement avant la fin de vie du fonds.

La majorité des investissements en capital-risque s'effectue souvent dans les secteurs

La levée de fonds

des technologies de l'information, les sciences de la vie, les médias, internet,... Si ces entreprises présentent pour la plupart un risque important, les fonds misent sur les pépites qui ont le plus fort potentiel de croissance.

En plus d'un investissement financier, certains partenaires investisseurs vont apporter aux dirigeants des compétences, des contacts, des conseils précieux et une forte expertise. Ils participent alors activement dans la vie de l'entreprise.

Les métiers du capital investissement sont découpés en plusieurs types d'investissements :

- **Le Capital amorçage** concerne surtout le financement du lancement et la survie d'une entreprise. Tous les fonds ne font pas d'amorçage, mais certains fonds ont choisi de créer des départements d'amorçage pour soutenir le financement des plus jeunes pousses.
- **Le Capital-risque** intervient pour des investissements en moyenne de l'ordre de 100.000€ jusqu'à 1.5 Million d'Euros. Il est généralement consacré au financement de la survie de l'entreprise, de ses premiers succès et de son décollage.
- **Le Capital-développement** intervient lorsque l'entreprise a déjà plusieurs années d'existence, est en forte croissance et connaît une certaine maturité. Cet investissement intervient comme un « accélérateur de croissance ».
- **Le Capital-transmission** est un financement destiné à accompagner la transmettre son entreprise par étapes aux investisseurs du fonds d'investissement.
- **Le Capital retournement** intervient pour aider au redressement d'une entreprise en difficulté. Les investisseurs vont acquérir la totalité de l'entreprise ou une part majoritaire et y injecter les liquidités nécessaires à un plan de redressement.



La levée de fonds

Comment convaincre les VC

Par **Nicolas Debock**, investisseur à *Balderton Capital*.



Tous les entrepreneurs que je rencontre veulent lever des fonds. Cependant, tout le monde et tous les business ne sont pas faits pour lever ! La levée de fonds est un processus contraignant, et ne correspond qu'à certains types d'entreprise, à savoir les business évoluant sur un gros marché, qui pourront se dupliquer à l'international avec le minimum de contraintes, et dirigé par des entrepreneurs dont la réelle ambition est de croître très vite.

Par ailleurs, la démarche de levée de fonds est souvent très longue, c'est la raison pour laquelle il faut vraiment être patient et posséder une foi sans faille en son projet. Ainsi, pour l'entrepreneur, il s'agit d'une démarche forte de conviction qu'il faut réussir à transmettre à ses futurs investisseurs.

En moyenne un fond reçoit entre 1000 et 1500 dossiers par an, et investit dans 10/15 dossiers par ans. Il est donc important de connaître les sensibilités d'investissement de chaque fonds, mais également de chaque partner dans le fond pour pouvoir cibler le bon interlocuteur. Une fois que vous avez convaincu un premier ambassadeur, ce sera alors à lui de convaincre le reste des collaborateurs du fonds à investir dans votre projet.

La première caractéristique d'un dossier « parfait » pour un fonds, c'est la croissance. Il faut absolument réussir à montrer qu'il y a de la croissance, de la vie dans votre business : soit de plus en plus de visiteurs, soit de plus en plus de téléchargements, soit de plus en plus de CA, soit de plus en plus de repeat business.

Au-delà de la croissance, le Graal d'un fond c'est les modèles scalables, c'est-à-dire qui peuvent se dupliquer à l'échelle globale, facilement et rapidement. C'est l'exemple d'une start-up de quelques employés mais qui avec son appli mobile va réussir à toucher des centaines de millions d'utilisateurs dans plusieurs pays. Les modèles de récurrence sont aussi des modèles recherchés par les fonds car nous savons que l'acquisition de nouveaux clients est toujours coûteuse, donc la récurrence des clients est un point clé.

Le produit, le marché, la croissance et l'équipe constituent l'ensemble des facteurs regardés de près par un fonds. Mais attention, si c'est un métier de raison et d'analyse, il n'en reste pas moins que l'intuition du partner rentre aussi en considération. Le feeling en une équipe et en un produit peut parfois être aussi important dans la prise de décision que les indicateurs eux-mêmes.

Si vous avez la plupart de ces caractéristiques de votre côté, vous avez des chances de trouver des financeurs. Mais attention lever des fonds peut prendre du temps : il faut gagner la confiance de l'investisseur et cela se fait sur plusieurs rendez-vous et la plupart du temps plusieurs semaines. Si vous avez plusieurs fonds intéressés, n'hésitez pas à faire jouer la concurrence entre eux. Il ne s'agit pas de mentir, car les fonds se connaissent et parlent entre eux. Mais si vous jouez les bonnes cartes, vous pourrez peut-être accélérer le processus, car personne ne veut passer à côté de la meilleure affaire!

Besoin de conseil pour séduire les Fonds ?

[Nos experts peuvent vous conseiller](#)



La levée de fonds

Quand solliciter un fond VC ?

En général, les entrepreneurs sollicitent les VC après une première levée de fonds auprès de Business Angels, soit en phase de développement. À ce stade-là, bien que l'entreprise possède de bonnes bases, son avenir est encore incertain. Les fonds vont alors jouer le rôle de partenaire investisseur pour assurer le développement de l'innovation et de la croissance en finançant par exemple la commercialisation d'un produit ou le développement technologique.

Les demandes d'investissements en capital-risque concernent généralement des montants plus élevés qui peuvent varier entre 500 000€ et plusieurs dizaines de millions d'euros. Certains fonds disposent également de fonds d'amorçage, qui peuvent investir des tickets variant entre 200 et 500k. Leur investissement fait souvent effet de levier sur le développement des entreprises.

Vous souhaitez faire appel à un fonds d'investissement ? Pour cela, il est essentiel de se poser plusieurs questions en amont, comme la viabilité de votre business model (les fonds Français investissent toujours dans des business model éprouvés), le potentiel de croissance et les attentes que vous avez envers votre futur partenaire.

Vous souhaitez des conseils d'experts ?



Et les leveurs de fond dans tout ça ?

Le leveur de fonds est un professionnel qui vous aide à préparer votre projet et à convaincre les fonds d'investissement du potentiel de votre entreprise et d'y investir. En général, le recours à un leveur de fond commence à être intéressant à partir d'une levée de 500.000€.

Le leveur vous aide à identifier et contacter les bons fonds, les bons contacts, et vous aidera tout le long de la démarche. Il vous aide dans la constitution de votre dossier investisseur et va gérer le timing et le momentum, avec les relances et les rendez-vous. Enfin, il peut intervenir en conseillant lors des négociations de la levée et les aspects juridiques du term sheet et du pacte.

Recourir à un leveur permet donc à l'entrepreneur de gagner beaucoup de temps et d'énergie dans sa levée. Mais attention, certains investisseurs n'aiment pas avoir recours à des leveurs de fonds pour des petits montants, car cela leur donne l'impression que l'entrepreneur ne peut ou ne sait pas lever tout seul. En contrepartie, le leveur de fonds se rémunère le plus souvent par un pourcentage des fonds levés entre 4% et 6% en moyenne.

Il existe des centaines de leveurs, il est donc difficile de les sélectionner. Si vous souhaitez travailler avec un leveur, demandez lui ses chiffres, ses résultats. Combien de dossiers accompagne-t-il, quels montants sont recherchés et les objectifs sont-ils atteints ? Vous devez absolument avoir ces informations avant d'aller plus loin. Et sachez qu'un bon leveur ne peut pas accompagner correctement dix deals par an ! N'hésitez pas à demander des feedback auprès de projets ayant déjà travaillé avec le leveur. Ils seront plus à même de vous faire part de leur ressenti et de vous aiguiller dans votre recherche.

La levée de fonds

Comment se rémunèrent les fonds d'investissement ?

Lorsqu'un fonds décide d'investir dans une société, son but est que celles-ci prennent suffisamment de valeur pour réaliser une belle plus-value. Mais attention, l'activité des fonds étant risquée, le fonds ne va détecter qu'une ou deux pépites qui leur permettront de faire une plus-value conséquente. Environ 1/3 des entreprises dans lesquelles le fonds investit fermeront, 1/3 survivront difficilement, et 1/3 dégageront une plus value (plus ou moins grande)

Il existe plusieurs stratégies d'exit possible pour les fonds : une nouvelle levée de fonds, l'acquisition de la société, l'introduction en bourse...

Avant de faire appel à un fond de venture capital, constituez-vous **une liste de VC** en vous assurant que ceux-ci investissent dans votre secteur et pour des montants en adéquation avec votre demande. Pour cela, n'hésitez pas à regarder le portefeuille d'investissement du fond, c'est-à-dire les sociétés dans lesquelles il a investi pour connaître les critères d'investissements et les secteurs de prédilections.

Pour consulter la liste des fonds français c'est [ici](#) et [ici](#).

Regardez également le nombre d'investissements réalisés par les fonds. Cela vous donnera une idée de leur performance long terme et vous permettra de comparer les niveaux de performances afin d'éliminer certains fonds et ainsi rétrécir votre liste. Par ailleurs, comme mentionné plus haut, l'âge du fonds est aussi un critère de choix important.

Lorsque vous prenez contact avec un fond, il est important de bien cibler votre interlocuteur pour éviter de perdre du temps et de frapper aux mauvaises portes.

USER CASE : Pourquoi si peu de VC ont investi dans Criteo ?



Pour Criteo, le démarrage a été long et la startup ne s'est pas imposée facilement. Avant de devenir la startup au succès qu'on lui connaît, Criteo a dû modifier son business model plusieurs fois avant de trouver le bon.

Au début, Criteo était un service de recommandation de films. La start-up a pivoté pour devenir un outil de recommandation de produit pour des sites e-commerce. Et finalement, elle a modifié une nouvelle fois son business model pour devenir un service de CPC advertising.

Et en France, les VC sont généralement frileux pour investir dans les start-up qui n'ont pas encore trouvé de business model fiable et éprouvé. Ainsi, Criteo s'est vu refuser le financement par de nombreux fonds, qui s'en sont mordu les doigts lors de son IPO au Nasdaq !

Cependant, certains fonds ont su investir à temps. Parmi eux, 123Ventures, Elaia Partners, Idinvest, Bessemer Venture Partners...

Alors n'hésitez pas à suivre l'exemple de Criteo et pivoter autant de fois que nécessaire pour trouver votre marché. Et surtout, ne vous découragez pas dans vos recherches de fonds au premier refus rencontré.

La levée de fonds

Les fonds d'investissement reçoivent une multitude de dossiers par an. Par conséquent, la concurrence est rude et les chances de voir son dossier accepté par le fond sollicité sont minces. En moyenne, un fonds reçoit près de 1000 dossiers par an, réalise 250 entretiens et choisit d'investir sur 5 dossiers ! Soit 25% de chances d'être retenu en entretien, et 0,5% de chance d'être financé !

Ce que recherche un VC dans un dossier c'est :

- Un marché conséquent
- Une équipe complémentaire et capable de mener le plan de développement
- Un modèle économique scalable
- Un grand potentiel de croissance
- Un bon time to market
- Un business plan réalisable

L'équipe est évidemment un facteur clé à la prise de décision ! Il n'y a pas de profil d'équipe idéal, le maître mot c'est la complémentarité. En effet, chacun doit avoir son propre rôle à jouer dans l'entreprise afin de favoriser une bonne cohésion dans l'organisation de la société.

Mais si l'ensemble de l'équipe est important, le fond retiendra aussi des personnalités fortes qui provoquent le feeling, l'adhésion et la confiance. Le management doit être à la hauteur pour mener le business jusqu'à son terme. L'équipe joue donc un rôle clé dans la prise de décision d'un fond.

À propos : Les solopreneurs et les couples peuvent-ils lever des fonds ?

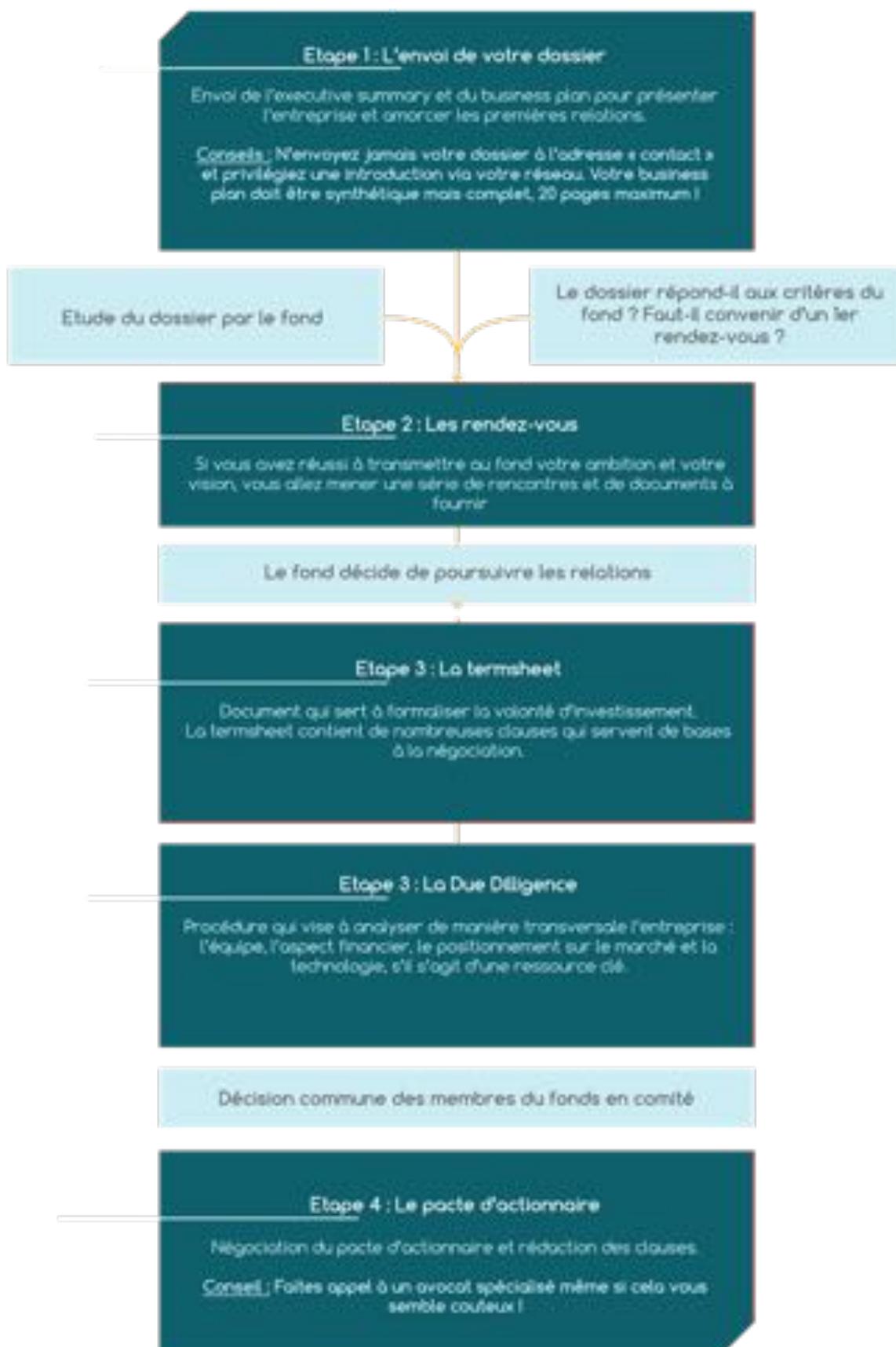


Si vous interrogez un fond pour savoir s'il investit dans les entrepreneurs solos, et dans les couples, ils vous diront certainement que non ! Alors si vous êtes dans une de ces situations, est-ce que tout est perdu pour vous ? À regarder de près les portefeuilles d'investissement des fonds, on peut s'apercevoir que certaines des entreprises dans lesquelles ils ont investi sont parfois dans ces cas. Ce n'est donc pas, contrairement à ce qu'ils prétendent, totalement éliminatoire !

Mais attention accrochez-vous, car cela reste toujours un fort handicap, et à dossier équivalent, ils privilégieront une équipe aux profils complémentaires et qui ne partagent pas les risques dans leur vie privée également !

La levée de fonds

La procédure d'investissement des fonds



La levée de fonds

Comment réussir la relation avec son VC ?

Les partners (les membres de fonds d'investissements) sont des associés exigeants ! Ils n'investissent pas leur propre argent (bien qu'ils soient toujours obligé d'investir personnellement) et ont donc des comptes à rendre. Pour privilégier de bonnes relations avec les membres de votre board, soyez transparent dans vos prises de décisions stratégiques et effectuez des reporting régulièrement.

La relation que vous allez entretenir avec vos VC doit se baser sur la confiance et la transparence, et c'est à vous de trouver le bon flux d'informations à communiquer.

Si vous souhaitez lever des fonds via un fond, n'hésitez pas à vous renseigner auprès d'entreprises ayant déjà vécu cette situation. Si vous avez le choix et que vous hésitez entre plusieurs fonds, contactez les entreprises dans lesquelles ils ont investi !

Si votre dossier n'est pas accepté par un fond, cela ne veut pas dire que votre business est voué à l'échec, mais peut-être qu'il ne rentre pas dans les critères d'investissement du fond. Sachez que les fonds n'interprètent pas les dossiers de la même façon et là où un fond vous refuse, un autre peut vous accepter, car vous correspondez à ses critères. Les critères sont variables d'un fond à un autre, et donc, si vous recevez un « non », ne baissez pas les bras et n'hésitez pas à retenter votre chance auprès d'un autre fond.

Pour consulter l'ensemble des plateformes de fonds Venture Capitalist, [rendez-vous ici !](#)

Media et IT for Equity

Que diriez-vous d'une grande poussée médiatique ? Le Media for Equity proposé par certains groupes médias, désigne le fait de prendre des parts au capital d'une entreprise, en contrepartie d'une couverture médiatique importante dans différents supports (journaux, radio, télévision...)

Être propulsé sur des médias de grandes audiences peut représenter un véritable avantage concurrentiel. En général, les fonds de média for Equity privilégient des startups avec une certaine maturité, un business model éprouvé et une situation financière stable. En effet, bénéficier d'une visibilité médiatique est un avantage considérable mais encore faut-il pouvoir tenir le rythme et gérer financièrement les retombées ! Avant de contacter un groupe média, assurez-vous de l'adéquation entre le public cible de ce média et le vôtre. Assurez-vous également de pouvoir délivrer les commandes générées par un surplus de communication.

USER CASE : Ils ont décollé grâce au Media For Equity



En faisant rentrer dans son capital le fonds de Media for Equity Seven Venture appartenant au groupe média Allemand ProSieben, Zalando est l'une des premières start-up dans le e-commerce à avoir bâti sa notoriété et son développement grâce à cette technique.



5M Ventures a participé à la seconde levée de fonds de la startup e-loue en apportant 600.000€, au travers de publicités dans le journal 20 minutes et d'affichage dans Clear Channel. L'objectif de la startup était de développer leur notoriété en France et à l'international.

Quels sont les fonds de Media for Equity ?

5 M-Ventures est pionnier dans le secteur du média for Equity. Le groupe s'adresse à des startups B to C en pleine croissance ayant déjà une certaine maturité. À ce jour, 3 startups ont bénéficié des espaces publicitaires de 5-M Ventures dont la dernière en date, la startup Albert-learning.

L'express Ventures est le premier fond de média for Equity du groupe Express Roularta. En plus de vous accorder une visibilité médiatique, l'Express Venture accompagne également ses clients dans le développement de leur site internet. En juin 2013, l'Express Ventures a investi dans la startup KitchenTrotters, renforçant considérablement sa visibilité.

Le groupe TF1 se lance également dans ce nouveau concept du Média for Equity en s'alliant avec le groupe allemand ProSiebenSat1. Le groupe TF1 avait déjà pratiqué du Media for Equity avec la startup Sejourney en leur faisant bénéficier de spot publicitaire.

Le groupe Reworld média (auteur de plusieurs magazines tels que Marie France, Be ou encore Auto Moto) a annoncé, en septembre 2014, la création d'un fond d'investissement en Média&Cash for Equity. En contrepartie d'une ouverture de capital, le groupe fournit des campagnes médias, des apports en numéraires ainsi qu'un accompagnement stratégique.

La levée de fonds

Cookening

L'échec d'une levée de fonds

Si beaucoup de start-upers témoignent du succès de leur levée de fonds, il est beaucoup plus rare d'avoir des retours d'échecs ! Mais c'était sans compter sur Cédric Giorgi, le cofondateur de Cookening, qui a décidé de jouer la transparence et de parler de l'échec de la levée de sa startup Cookening. Récit d'un échec rempli d'enseignements !

En Janvier 2013, Cédric Giorgi, le fondateur de la startup rencontre plusieurs fonds VC pour discuter d'une levée de fonds pour Cookening. 4 mois plus tard, le site devient public et le besoin de lever des fonds se fait ressentir grandement. Après plusieurs rendez-vous avec des fonds d'investissement. Cédric décide de se concentrer uniquement sur un seul fond car le feeling est au rendez-vous. Mais en Décembre, le fonds refuse finalement d'investir.

Après plusieurs mois concentrés sur la levée c'est un véritable coup dur, et petit à petit l'équipe se désengage du projet, faute de financement !

Récemment, Cookening s'est fait racheter par un concurrent plus récent sur le marché, mais qui avait réussi à lever 1M€ ;

Si vous souhaitez lire tout le parcours de cookening, c'est [ICI](#) !

Si l'échec est souvent une part importante de la start-up, il est rare de pouvoir lire de tels feedbacks. Dans le monde des start-up ou la levée de fonds est survalorisée, ce témoignage est d'une rare transparence !

IT for Equity

L'IT for equity permet de bénéficier d'un développement informatique en contrepartie d'une dilution de votre capital. Ce mode de financement se base sur la même tendance que le média for Equity, car les fonds n'apportent pas d'argent mais des compétences. Le Groupe [OREVON](#), [NOVEO](#) et [Pentalabbs](#) sont des acteurs en France.

La partie en résumé

La partie en résumé

Bien que très utile au développement de votre startup, vous ne devez pas consacrer tout votre temps à rechercher des financements. Le développement d'une entreprise passe par la croissance de son Chiffre d'Affaires et par l'acquisition client. Vous devez vous assurer de développer ces aspects en parallèle de vos démarches de levée de fonds, sinon vous verrez vos efforts non récompensés et vous aurez beaucoup de difficultés à lever des fonds !

Pour faire le point, voici un schéma récapitulatif de tous les acteurs du financement que nous avons abordés dans cette première partie.

Si vous souhaitez aller plus loin et bénéficier de conseils pour votre stratégie de financement,

[Myexperteam vous propose le pack «stratégie de financement» de Xavier Millin.](#)

Financements non dilutifs

- Prêts d'honneur
- Subventions
- Avances remboursables
- Crowdfunding
- Concours
- Prêts bancaires

Financements dilutifs

- EquityCrowdfunding
- Love Money
- Business Angels
- Venture Capitalists
- Media / IT for Equity

ÉTAPES ET DOCUMENTS DE LA LEVÉE DE FONDS

ÉTAPES ET DOCUMENTS

Nous vous avons présenté dans la première partie les différentes possibilités de financement pour votre entreprise, et avons été aussi exhaustif que possible sur les différents acteurs intervenant dans la levée de fonds.

Si vous êtes décidé à lever des fonds, il est maintenant temps de se mettre au travail ! Nous espérons que cette partie vous aidera à comprendre ce qui est attendu de la part des investisseurs, et vous donner les meilleurs conseils pour réussir votre levée.

La recherche d'investisseurs

Vous ne devez sélectionner que les investisseurs correspondant à votre secteur d'activité et à votre stade de développement.

Un entrepreneur pressé dans sa levée de fonds risque de frapper aux mauvaises portes, et donc perdre encore plus de temps. Il est nécessaire de caractériser la nature de sa demande, le stade de maturité du projet et les exigences attendues. Choisir des investisseurs c'est un peu comme choisir des associés car ils vont faire partie intégrante de votre business. Voilà pourquoi cela doit être un réel choix, impliquant une entente et une ligne conductrice commune.

Selon le montant que vous recherchez à lever, ciblez les bons acteurs. Les business angels sont plutôt sollicités pour des levées de quelques centaines de milliers d'euros et principalement lors de l'amorçage. La levée de fonds auprès de VC s'effectue quant à elle, lorsque l'entreprise a déjà une base solide et qu'elle souhaite se développer à plus grande échelle.

Recherches d'investisseurs seront différentes suivant votre stade de développement et le montant recherché. Une fois votre sélection faite, il faudra alors préparer les dossiers d'envoi et il est conseillé de personnaliser chaque dossier en fonction du destinataire !

Lorsque vous souhaitez faire appel à des business angels ou des fonds d'investissement, n'hésitez pas également à solliciter les entreprises financées pour obtenir leur feedback en direct.

La recherche d'investisseurs

Quels sont les principaux critères d'investissement ?

- Une équipe complémentaire
- Un projet à gros potentiel de croissance
- Une certaine traction ou une base de clients/ CA
- Un business plan crédible sur la durée
- Un caractère d'innovation et une certaine différenciation
- Un secteur d'activité/ marché porteur
- Un bon timing sur le marché
- Une perspective de plus value

Le business plan

Si le Business plan n'est pas le premier document ouvert par les investisseurs (c'est souvent l'Executive Summary), il est le premier document à rédiger, car vous partirez de ce document pour synthétiser votre projet.

Idéalement composé d'une vingtaine de pages (max 50 pages !), il doit expliquer de manière détaillée votre business, son état d'avancement, sa rentabilité, les objectifs de développement et le plan de financement sur 3/5 ans. Il doit refléter la viabilité, la rentabilité et la pérennité de votre projet !

Un business plan doit être visuel et facile de compréhension. Pour cela, dégagez les informations principales pour faciliter la lecture transversale. Généralement, trois minutes sont consacrées par un investisseur pour étudier un business plan. L'étude plus en profondeur du dossier ne se fera qu'après une première rencontre avec l'entrepreneur où ce dernier va pitcher son projet.

Pour éviter de présenter un dossier surchargé, insérez des graphiques et images pour faciliter la lecture.

Quels éléments mettre dans un business plan ?

Le business plan doit mettre en avant l'attractivité, le potentiel de croissance et les éléments différenciants de votre projet. Des éléments capables de rassurer les investisseurs tout en apportant la dose de risque digne d'une grande aventure à ne pas rater.

L'équipe encadrante du projet

Vous et votre équipe êtes les meilleurs pour votre business, c'est maintenant qu'il faut le prouver ! Démontrez la cohésion et la complémentarité qui anime votre entreprise.

- 📌 Qui sont les personnes clés de votre projet ?
- 📌 Quelles sont les compétences de chacun ?
- 📌 Quels sont leurs atouts ?
- 📌 Leur parcours professionnel ?
- 📌 Leur(s) réalisation(s) en lien avec votre projet ?

La présentation du produit/service

Vous devez présenter simplement votre produit ou votre service. Si votre projet est technique, vous devez le rendre compréhensible par tous. Les investisseurs ne sont souvent pas des experts de votre domaine ! Si vous avez des photos/visuels ou a défaut une maquette qui présentent votre offre, insérez-les pour que l'investisseur puisse bien se projeter visuellement. Intégrez dans cette partie :

- ✚ La présentation du produit ou du service avec ses différentes fonctionnalités
- ✚ Le stade d'avancement de votre projet : est-il en phase de développement, de commercialisation, de prototype ?
- ✚ La description des technologies et des brevets, licence,...
- ✚ Votre proposition de valeur et le prix de votre offre

Il est important de mettre votre produit / service en avant avec ses points forts, mais aussi ses points d'amélioration. L'interlocuteur comprendra dès lors l'utilité de son financement pour contribuer à l'amélioration du produit.

Le marché

C'est souvent une partie délaissée, mais qui est pourtant de la plus grande importance. Et si vous devez présenter les chiffres de votre marché, il s'agit surtout de démontrer que vous avez compris comment est structuré le marché, quel est son écosystème global et qui sont les acteurs en place.

La taille du marché que vos ciblez est un critère d'investissement important. Si le marché est grand et que vous vous imposez, vous allez devenir une pépite !

Le business plan

Cette partie doit répondre aux questions suivantes :

- ☞ Quelles sont les grandes tendances du marché ?
- ☞ Qui est votre cible et quel est son volume ?
- ☞ Qui sont les acteurs de l'écosystème ?
- ☞ Le marché est-il local ? National ? International ?
- ☞ Existe-t-il des réglementations spécifiques ?
- ☞ Quel est le profil de vos clients ?
- ☞ Quels sont leurs besoins ?
- ☞ Quels sont vos concurrents ? Attention, il existe toujours des concurrents ! Ce sont ceux qui répondent aux besoins aujourd'hui assouvis par vos clients.
- ☞ Quels sont leurs profils ?
- ☞ Combien génèrent-ils de chiffre d'affaires ?
- ☞ Quel est leur pourcentage de part de marché ?
- ☞ Quels sont leurs points forts, leurs points faibles ?
- ☞ Êtes-vous différent ? À quel niveau ?
- ☞ Existe-t-il des produits / services de substitution ?

Pour justifier vos projections, n'hésitez pas à compléter votre business plan d'une étude de marché précisant les sources.

Le business model

Il est important de décrire votre modèle économique pour que l'investisseur sache de quelle façon vous générez ou allez générer du chiffre d'affaires. Vous devez expliquer vos sources de revenus, la façon dont vous vendez vos produits / services, votre distribution, à quel prix les proposez-vous et pourquoi utiliser cette politique de prix. Votre niveau de rentabilité doit être également mis en avant.

Si vous êtes sur un modèle freemium vous devez présenter de manière détaillée le CA que vous pensez retirer pour x abonnés/ visiteurs/ utilisateurs.

Temporalité et objectifs

Dans cette partie, vous devez indiquer les objectifs que vous vous êtes fixés dans un timing imparti. Bien entendu, vos objectifs doivent être réalistes et concorder avec votre besoin de financement, le tout dans un délai raisonnable.

- Quelles sont vos prévisions en termes de chiffre d'affaires ? À 1, 3 et 5 ans.
- Quelles parts de marché souhaitez-vous atteindre à terme ?
- À quel moment pensez-vous atteindre le point mort ?
- À quel moment et à quel coefficient pensez-vous pouvoir réaliser un exit pour les investisseurs ?

Le business plan

Toutes ces questions en amont vont vous permettre de bien définir vos objectifs et de cadrer votre processus de financement. L'investisseur, quant à lui, va pouvoir étudier la cohérence entre votre projet, ses propres objectifs et son calendrier.

Votre plan d'action stratégique

Vous devez décrire l'ensemble de vos stratégies pour atteindre les objectifs que vous vous êtes fixés : marketing, commercial, logistique, technique et ressources humaines :

- ☞ Quelle est la stratégie de votre entreprise ? Vos facteurs clés de succès ?
- ☞ Quels sont vos axes de recherche & développement ? Quel est leur coût ?
- ☞ Quels canaux de communication seront utilisés ? Quel est le budget nécessaire ?
- ☞ Quels vont être vos leviers d'acquisition ? Comptez-vous établir des partenariats ?
- ☞ Qui sont vos fournisseurs ? D'où viennent-ils ?
- ☞ Quels sont vos objectifs de recrutement ? Vos perspectives de rémunération ?

Pour chacune de ces actions, vous pouvez préciser les **KPI*** espérés, c'est-à-dire les indicateurs clés que vous souhaitez atteindre pour chaque action. Il s'agit ici de suffisamment détailler pour montrer que vous saurez quoi faire avec les fonds obtenus, mais pas de faire un planning au jour le jour !

Le dossier financier

Cette partie chiffrée est la retranscription de tous les éléments présentés auparavant dans votre business plan rédactionnel, elle va venir appuyer toute votre présentation et déceler les éventuelles failles. Vous devez être cohérent en particulier sur les projections de votre Chiffre d'affaires. Lorsque vous faites vos projections, que vous prévoyez d'avoir X visiteurs, X ventes,... avez-vous pensé à chiffrer votre coût d'acquisition. Les entrepreneurs oublient souvent d'intégrer leur budget d'acquisition (Google Adwords, publicité Facebook,...). Si vous détaillez bien l'ensemble de vos projections, l'investisseur remarquera votre sérieux et votre crédibilité.

Votre dossier financier va permettre également de prendre des décisions. Il est un outil d'aide à la décision, une feuille de route des temps à venir.

Il est essentiel de mettre l'accent sur la rentabilité de votre startup et son retour sur investissement. Le but des investisseurs et surtout des fonds d'investissement est de réaliser une plus-value à leur sortie du capital ! Avant de pouvoir espérer investir dans votre projet, vos futurs investisseurs doivent entrevoir la possibilité d'une bonne rentabilité.

Le petit plus : le glossaire

Le glossaire est utile pour expliquer tous les mots susceptibles de ne pas être compris de vos interlocuteurs. Ne partez pas du principe que votre jargon est compréhensible par tous.



Business Plan Financier : Comment faire parler les chiffres ?

Par **Xavier Milin**, *Expert en levée de fonds*

Votre business doit être à la fois concret, cohérent, faire rêver et rassurer ! Si vous arrivez à atteindre ces 4 objectifs, votre BP a de grandes chances de retenir l'attention. Les entrepreneurs ont tendance à utiliser le même business plan pour tous leurs interlocuteurs : banquier, clients, fournisseurs, investisseurs ! C'est une grosse erreur, car ce document doit être adapté à chaque interlocuteur.

Votre Business Plan financier comprend 4 éléments, que vous devez être capable d'expliquer :

- 1/ Un plan de trésorerie, c'est-à-dire un tableau où sont marqués tous vos encaissements et décaissements, mois par mois. Il fait un état de votre BFR et de votre solde de trésorerie.
- 2/ Le Compte de résultat permettant de synthétiser vos charges et vos produits au cours d'un exercice comptable. Il regroupe votre activité économique, vos opérations exceptionnelles et votre gestion financière.
- 3/ L'analyse du point mort c'est-à-dire là où le business va devenir rentable
- 4/ Un plan de financement plus long qui servira à déterminer vos besoins sur 3 ou 5 ans. Il recouvre les besoins (les investissements et le besoin en fonds de roulement) et les ressources (les subventions, les prêts, les comptes courants associés, le capital social)

Les questions à vous poser avant de rédiger votre dossier financier ?

- Quelques sont les fonds nécessaires ? À quoi vont-ils servir ?
- Quel est mon point mort ?
- Est-ce que mon activité va générer assez de recettes pour couvrir l'ensemble de mes charges à terme ? Cela se voit avec les projections financières.
- Quand est-ce que l'investisseur peut rentabiliser son investissement ?
- Comment est-ce que mon projet sera dans 3 ou 5 ans. L'investisseur a besoin de s'assurer et se sentir en accord avec les projections des chiffres.

Pour beaucoup d'entrepreneurs, le dossier financier est une étape redoutée. Pourquoi ? Parce que les chiffres ont tendance à effrayer, car en plus de se confronter à la dure réalité, les entrepreneurs peuvent se rendre compte de leur surplus d'optimisme ou pessimisme. Une grave erreur serait de sous-traiter totalement cette partie, par votre expert comptable ou un directeur financier. Si cela peut sembler vous faciliter la vie, vous devez vous-même en tant qu'entrepreneur maîtriser vos chiffres et savoir les expliquer !

Par ailleurs, il ne faut pas tomber dans les calculs à la virgule près. Il faut montrer que vous disposez tout de même d'une certaine distance par rapport à vos chiffres. Enfin, soyez bien vigilant sur le fait que votre logiciel ou tableau de calcul soit dynamique ! Parfois, il suffit simplement de changer un ou deux coefficients ou le taux de renouvellement pour faire des erreurs fatales, et tout à coup votre chiffre peut passer de 500.000€ à 50 millions d'euros.

Vous souhaitez obtenir des conseils personnalisés sur votre Business Plan ?

Xavier vous conseille



L'Executive Summary

L'Executive Summary

Après plusieurs jours de rédaction, de multiples corrections, votre business plan est prêt. Votre dossier n'est pourtant pas terminé! Vous devez maintenant créer votre Executive Summary ... Véritable teaser de votre projet, c'est ce document qui permettra à votre interlocuteur (banquier, investisseur, jury) de se faire une première idée de votre projet et qui lui donnera envie de poursuivre sa lecture et examiner votre business plan.

Constitué d'une à deux pages, de préférence sous format PDF, l'Executive Summary doit être épuré et structuré en petits paragraphes. Il reprend les points essentiels de votre business plan en les synthétisant, et doit donner envie d'aller plus loin dans votre dossier.

L'objectif est qu'un total inconnu comprenne votre business, son intérêt et qui vous êtes en moins de 2 minutes.

Ce court résumé doit être sexy et punchy de sorte que votre interlocuteur se dise que l'aventure à vos côtés mérite d'être vécue :

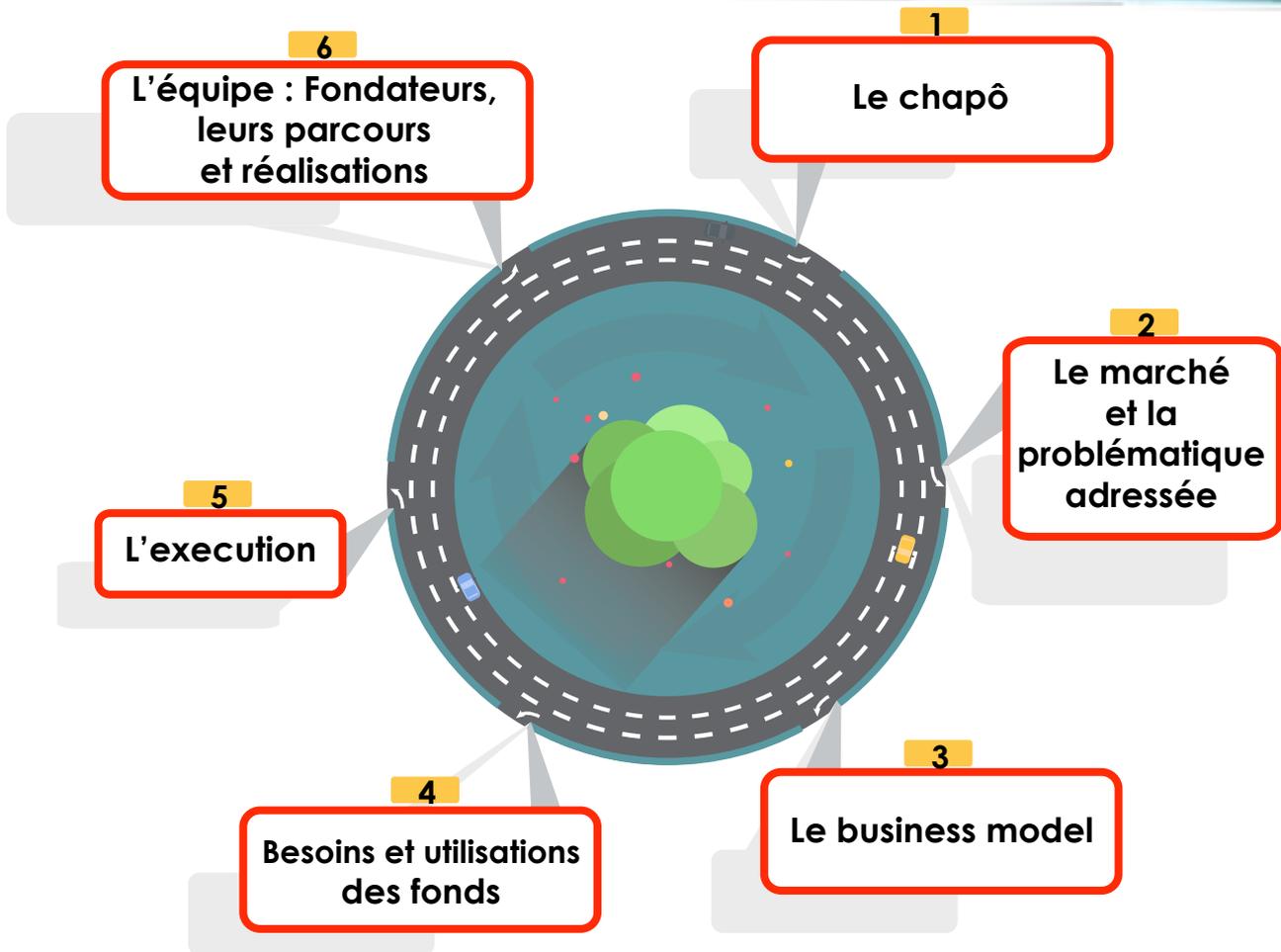
- La solution répond parfaitement au problème du marché
- L'entreprise détient un fort potentiel de croissance
- Le retour sur investissement prévu est important
- L'entreprise possède déjà un bon bagage derrière elle (commercialisation de produit/service, premiers succès médiatiques, base solide de premiers clients,...)
- L'équipe est complémentaire et pertinente

Il est donc nécessaire de se poser quelques questions en amont :

Quel est le problème du marché ?
 Quels sont les besoins de mes clients ?
 Quelle est ma solution ?
 Ai-je un brevet technologique à mettre en avant ?
 Quel est mon business model ?
 Quelle est ma structure de coûts ?
 Quelles sont les tendances du marché ?
 Les chiffres les plus intéressants ?
 Qui sont mes concurrents ?

Y-a-t-il des produits de substitution ?
 Quel est mon plan d'action marketing ?
 Comment vais-je vendre mes produits ?
 Quelle est ma stratégie marketing opérationnelle ?
 Mes leviers d'acquisition clients ?
 Quel est mon besoin en financement ?
 Pour financer quelles actions ?
 Quelles sont mes prévisions financières ?
 Quel est le timing ?

L'Executive Summary



Le chapô présente le nom de votre société, une phrase d'accroche originale, votre logo ainsi que votre recherche de financements.

Le marché et la problématique adressée. N'hésitez pas à donner des chiffres pour présenter les grandes tendances du marché. Comment les clients répondent au besoin que vous adressez, quels sont les acteurs présents ?

Présenter votre **business model**, expliquer la façon dont vous allez gagner de l'argent, votre marge et votre mode de distribution.

L'exécution, c'est la stratégie que vous allez mettre en oeuvre pour vous imposer sur le marché, à savoir votre stratégie marketing et commerciale et vos leviers d'acquisition client.

Vos besoins et utilisation des fonds. Pourquoi avoir besoin de financements maintenant ? Qu'allez-vous faire avec le montant investi ? Expliquez votre démarche de levée c'est-à-dire le montant souhaité et son utilité.

L'équipe : les fondateurs, leurs parcours et leurs réalisations. L'équipe présente dans l'entreprise doit également être mise en avant. Il faut vendre son équipe, ceux sans qui l'aventure n'aurait pas lieu !

L'Executive Summary

Le Crash test de l'Executive !

Vous voulez savoir si votre Executive est clair et permet de remonter les informations essentielles ? Demandez à vos proches et à des personnes qui ne connaissent pas votre entreprise de lire votre Executive Summary, 1 minute chrono en main. Puis demandez-leur de synthétiser votre business. S'ils n'ont rien compris ou pas eu le temps d'assimiler votre service, recommencez !

Attention aux erreurs récurrentes

Dépasser les deux pages : On ne peut pas tout dire en 2 pages, mais ce n'est pas ce que l'on vous demande ! L'Executive Summary est un teaser avant tout.

Survendre le projet : Bien que vendeur, votre Executive Summary doit rester réaliste et ne pas surjouer. Tout n'est pas parfait, les investisseurs le savent, évitez donc les mots tels que « meilleur », « solution révolutionnaire » et autres superlatifs.

Nos conseils pour bien rédiger votre Executive

À chaque investisseur, son langage !

Il est important d'écrire votre Executive Summary en adaptant votre langage à votre interlocuteur. Son profil est-il plutôt technique ? Marketing ? Financier ? Utilisez des termes faisant partie de l'univers de votre interlocuteur. Renseignez-vous sur le parcours de vos interlocuteurs et rédigez en plusieurs selon les profils.

Prenez du recul !

Prenez du recul : Faire court c'est particulièrement long. Lors de votre rédaction, utilisez un maximum de phrases courtes ! Faites des pauses et revenez quelques jours après afin d'avoir un œil neuf dessus. Certaines informations qui vous paraissent justes au moment de la rédaction peuvent vous paraître futiles quelque temps après. Relisez et faites relire ! Mettez à contribution vos amis, parents, proches et montrez-le à des personnes qui ne connaissent pas votre entreprise et soumettez leur (cf encadré « crash test »)

Misez sur l'originalité et les visuels

À peu près 10% des Executive Summary sont lus par les investisseurs. Pour capter l'attention de votre interlocuteur et lui donner envie de lire votre document, il doit être original et se démarquer des autres. Pour trouver l'inspiration, voici quelques exemples connus sur la toile : [Massive Damage](#) et [Executive Oxagile Summary 2013](#).

Pour aller plus loin et obtenir des conseils et feedbacks sur votre Executive Summary, **consultez nos experts**



Le pitch

Le pitch

En tant que dirigeant d'entreprise, vous entendez souvent ce type de questions : Que fait votre entreprise ? Dans quel secteur travaillez-vous ? Quelle est votre offre ? Que ce soit pour des clients, des partenaires ou devant des futurs investisseurs, le pitch se travaille et s'adapte selon votre interlocuteur, et le temps qu'il a pour vous écouter.

Le pitch investisseur est en général court, et se décline souvent sous la forme de 1 minute (elevator pitch), 5 minutes (première présentation) et plus si affinité...

Dans le monde des startups, cet exercice est monnaie courante notamment dans le cadre d'une recherche de levée de fonds.



USER CASE : Le premier pitch

Aujourd'hui premier hôtelier mondial, le pari était pourtant loin d'être gagné pour Airbnb ! Son concept étant totalement nouveau, la startup a rencontré des réticences sur le concept et le potentiel marché ! Malgré ces réticences, ils ont réussi à lever des fonds et aujourd'hui l'entreprise pèse plusieurs Milliards de dollars.

Voici ci-dessous un extrait de leur premier pitch :

- La problématique soulevée ? Les coûts excessifs des voyages ainsi que le manque de proximité entre le voyageur résidant dans un hôtel et la culture locale.
- La solution ? Une plateforme permettant de réduire le coût des voyageurs tout en leur donnant l'envie de voyager différemment. Dormir chez l'habitant permet une meilleure connexion à la vie locale et l'immersion dans une nouvelle culture. Un concept gagnant/gagnant puisqu'il permet aux hôtes de gagner de l'argent et aux voyageurs de réduire leurs frais de logements.
- Le potentiel du marché ? Un marché conséquent de près de 1.9 milliards de dollars consacrés aux voyages.
- Le modèle économique ? Une commission initiale de 10% sur les clients.
- Les concurrents ? Craigslist, Hostels.com ou encore Couchsurfing. Ses avantages concurrentiels sont les nombreuses fonctionnalités, le fait d'être les premiers sur le marché, le design ou encore l'identité de marque.
- L'exécution du service ? Une étape qui n'a pas bougé depuis les débuts d'Airbnb. 3 étapes pour réserver : La recherche par ville, le choix parmi une liste proposée et la réservation directement depuis le profil de l'hôte.

Accueillir dans sa propre maison de parfaits inconnus, une idée qui n'a pas séduit tout de suite. Pourtant, aujourd'hui, AirBNB est valorisé près de 10 milliards de dollars...

[Découvrez le pitch original](#)

L'elevator pitch, 2 min maximum pour faire bonne impression

L'elevator pitch reste le plus difficile à préparer tant au niveau du contenu que l'attitude à adopter ! Pourquoi ce nom ? Imaginez-vous dans un ascenseur avec un investisseur qui ne vous connaît pas, l'occasion rêvée pour lui parler de votre projet ! Oui, mais vous ne disposez que d'une minute avant d'en sortir ! Comment faire pour qu'en sortant de cet ascenseur, l'investisseur souhaite en savoir davantage, connaître les détails de votre business ?

En une minute, le danger consiste à vouloir trop en dire et à parler trop vite. Tenez-vous à un seul message que vous souhaitez faire passer à votre auditoire. Par exemple, vous pouvez orienter votre pitch vers la problématique du marché que vous résolvez, votre solution, votre avantage concurrentiel ou encore votre business model.

L'entraînement est le meilleur moyen de vous sentir à l'aise au moment venu, alors répétez, répétez et encore répétez !

Et pensez également à travailler l'impact de votre pitch, car les gens retiendront plus la sensation que vous avez faite en une minute, plutôt que votre discours.

Comment s'entraîner à pitcher ?

- 📌 Pitchez devant vos proches et vos amis.
- 📌 Filmez-vous, regardez-vous et recommencez jusqu'à ce que ce ne soit plus perfectible !
- 📌 Les soirées Networking représentent un bon moyen de s'entraîner, car vous allez rencontrer des entrepreneurs de tout secteur. C'est donc l'occasion d'améliorer votre pitch pour en faire une version compréhensible par tous.
- 📌 Les concours de pitch vous permettent de vous exercer devant un jury de professionnels.
- 📌 [Soumettez votre pitch à un expert pour obtenir ses conseils et points d'améliorations.](#)

Le pitch de 5 min : la première présentation investisseur

Vous pouvez décider de choisir la base de votre pitch de 1 minute pour introduire votre pitch de 5 minutes. S'il laisse plus de place au détail, un pitch de 5 minutes ne vous permet pas encore de tout livrer, alors concentrez-vous sur l'essentiel. Pour votre auditoire, ces 5 minutes peuvent paraître soit très courtes, car captivantes, ou interminables si votre discours les ennue. Là encore, votre attitude jouera beaucoup dans l'attention que vous allez provoquer!

Dans un pitch de 5 minutes, vous aurez souvent un support de présentation pour vous appuyer. Attention, si vous ne pouvez pas tout dire en 5 minutes, ne tentez pas de vous rattraper dans le texte. Chaque slide doit être lu en 10 secondes environ, et vous devez le présenter entre 40 secondes et 1 minute. Votre présentation ne doit donc pas dépasser 7 slides, sous peine de prendre le train pour toutes les traiter.

Le pitch

Les éléments à intégrer dans votre pitch sont les suivants :

Introduction / Accroche

Une anecdote, votre histoire, une actualité, une idée choc, une problématique,...

À éviter : Ne commencez pas votre pitch en présentant vos diplômes. Votre crédibilité passe davantage par votre passion et votre expertise du marché qu'au travers de votre cursus scolaire.

La problématique

Quels sont les problèmes rencontrés par votre marché ? Pourquoi vos futurs clients sont-ils frustrés ? N'hésitez pas à mettre le doigt sur la problématique de vos clients en l'accompagnant de chiffres.

La solution

Quelle solution apportez-vous à cette problématique ? Quel est votre concept ?

Le marché

Quelles sont les tendances ? Qui sont vos clients et comment répondent-ils à leur besoin actuel ?
Qui sont les acteurs de votre marché ?
Comment répondez-vous de manière différente à la problématique adressée ?

Le modèle économique

Comment générez-vous du Chiffre d'affaires ? Votre mode de distribution ? Vos marges ?

Projections financières et besoins de financement

Quelles sont vos perspectives de chiffre d'affaires ? De rentabilité ?

L'exécution

Comment allez-vous dépenser les fonds demandés ?
Quelles actions allez-vous mener pour atteindre vos objectifs ?

L'équipe

Qui sont les fondateurs ? Comment se compose votre équipe ?
Quel sont leur parcours et leur complémentarité ?



Les questions / réponses

Votre temps est écoulé, vous avez fini de dérouler votre pitch. La session de questions-réponses qui en découle est aussi importante que votre pitch en lui-même. Cela permet aux investisseurs de juger de votre sens de la répartie, de votre maîtrise du dossier et donc de votre capacité à faire face à la difficulté. Le jour de votre présentation, peut-être serez-vous plusieurs à passer, vous allez donc pouvoir vous démarquer pendant cette épreuve de questions/réponses.

Si vous pensez n'avoir pas été bon sur votre présentation, c'est l'occasion de vous rattraper.

Les questions-réponses, toutes aussi importantes que le pitch !

- 1/ Toujours répondre à une question, même si la réponse est « je ne peux pas vous donner cette information pour le moment, je reviens vers vous dès que je l'aurai. »
- 2/ Proposer de réexpliquer certains points si vous sentez dans les questions que ce n'est pas clair pour vos interlocuteurs.
- 3/ Mettez votre agressivité de côté. Même si les questions posées vous déstabilisent (c'est souvent le but afin de tester votre sens de la répartie), vous devez rester calme et maître de vous. Si vous n'êtes pas d'accord, vous pouvez le dire de manière posée, sans aboyer.
- 4/ Si le format du pitch est court, il est préférable qu'une seule personne présente et réponde aux questions, sous peine de se contredire dans l'équipe. S'il s'agit d'une question précise très spécifique, vous pouvez laisser le responsable de la partie y répondre.

Vous souhaitez vous entraîner aux questions réponses et obtenir des conseils pour gagner en pertinence ?

Nos experts peuvent vous conseiller



Nos conseils pour un bon pitch

Déjà pour commencer, dites-vous bien que les personnes en face de vous ne connaissent ni votre business, ni votre marché, et que vous devez leur expliquer simplement comme si vous parlez à un enfant de 10 ans. Le but est que votre auditoire comprenne ce que vous faites, et d'attiser sa curiosité.

Le pitch

Savoir capter l'attention

L'avantage de démarrer votre introduction par une histoire ou une anecdote permet à votre interlocuteur d'entrer directement dans votre environnement. Le storytelling est propice à l'émotion ! Par ailleurs, lorsque vous abordez la problématique, laissez le temps à votre interlocuteur de bien comprendre le problème. Basculez entre des informations attendues par votre auditoire et citez une information inattendue, puis alternez. Les investisseurs seront tenus en haleine, pressés d'obtenir des informations inédites. Ouvrez-vous à votre auditoire, ne vous renfermez pas dans votre timidité, car après tout vous pitchez pour que l'on vous écoute et comprenne.



Comment gagner en impact lors de votre pitch ?

Par **Hervé Franceschi**, expert en prise de parole et Leadership.

- Prenez conscience de ce que vous produisez sur les autres quand vous pitchez. Osez améliorer votre pitch en demandant du feedback.
- Prenez votre temps en respirant calmement, cela donne le sentiment que vous maîtrisez votre sujet.
- Faites des pauses et des silences (court) pour redonner du rythme ou créer une rupture dans votre pitch.
- Connaissez vos slides et suivez-les en les regardant le moins possible pour rester en contact visuel avec l'auditoire.
- Entraînez-vous, connaissez vos histoires ou vos anecdotes par cœur.
- Utilisez des verbes d'action.
- Pensez à vos passions avant de vous exprimer en gardant l'énergie que cela vous donne. Vous serez plus souriant et plus passionnant.
- Ayez une intention claire, vous voulez quoi ? Et faites des demandes claires (si vous en avez)
- Positivez vos messages.
- Ayez une posture solidement ancrée au sol et détendez-vous par des respirations ventrales.
- Changez de positionnement et de posture entre quand vous pitchez (1ère partie) et le temps des questions/réponses pour retrouver du naturel et de la fluidité. Sinon vous risquez d'être déstabilisé par la moindre question difficile.
- Donnez des métaphores/images si votre business est complexe

Vous souhaitez gagner en impact et obtenir des techniques pour votre pitch ?

[Hervé vous aide à devenir un excellent pitcheur](#)



Donnez des chiffres pour cerner votre business

Les chiffres ont le pouvoir d'être parlant et permettent de bien cerner votre business. Votre croissance attendue, le volume espéré, la structure de vos coûts, insérez des chiffres sans pour autant inonder vos slides. De plus, tous vos chiffres doivent être réalistes, au risque de vous décrédibiliser.

Concision et précision

Votre pitch doit être complet, c'est-à-dire qu'aucun mot ne doit être superflu, chacun doit avoir son sens et son intérêt. Dites l'essentiel en peu de mots, cela vous permettra de parler à votre rythme sans vous presser. Pour travailler votre présentation, apprenez à dire votre offre en une seule phrase, cela vous sera précieux notamment lors d'un pitch d'une minute. Par exemple, tentez de présenter votre entreprise sur un tweet de 140 caractères.

Un Powerpoint allégé

Le Powerpoint est là pour égayer et soutenir votre discours, il ne doit en aucun cas être surchargé sous peine de perdre l'attention de votre auditoire. Écrivez donc les éléments essentiels de votre projet en insérant des visuels pour donner un effet dynamique et imagé.

De l'entraînement !

On ne lésine pas sur l'entraînement ! Pour cela, il vous faut répéter à plusieurs reprises, devant des amis, votre équipe, votre miroir, en vous chronométrant et vous filmant. Le fait de pouvoir se regarder par la suite vous apprend beaucoup sur votre posture et les défauts à corriger, [n'hésitez pas à montrer votre vidéo à un expert qui pourra vous conseiller.](#) Un pitch c'est comme une pièce de théâtre, un entraînement intensif vous permettra de vous sentir à l'aise le jour J et de présenter dans le temps imparti.

Préparer votre pitch en anglais

Afin de saisir toutes les opportunités de présenter votre projet, sachez pitcher votre projet en anglais. Si vous rencontrez un investisseur étranger, vous devez être capable de pitcher.

Un non n'est pas définitif

En cas d'échec, cela ne remet pas en cause la qualité de votre projet. Prenez du recul et dites-vous que ce n'était pas le moment opportun. De plus, toutes les remarques faites par le jury sont là pour vous aider et mettre en avant les points à améliorer. Transformez les critiques en conseils pour améliorer votre business.

Le pitch

Le petit truc en plus !

L'idéal est de faire deux Powerpoint. Le premier destiné à votre présentation orale, avec moins de 10 slides, le second plus complet est envoyé avec votre dossier de demande. Ce dernier vous permettra de détailler davantage pour faciliter la compréhension par l'investisseur en amont de votre présentation.



Les 3 conseils pour un pitch qui déchire.

Par **Corentin Orsini**, *Leveur de fond*.

Keepit simple : Faire simple, c'est ce qu'il y a de plus difficile. Cela veut dire être clair, parler au plus grand nombre et en même temps intéresser son auditoire. Il faut trouver le bon équilibre entre redire plusieurs fois la même chose en reformulant (important pour être sûr de bien faire passer le message) et paraître créatif et intéressant.

Utilisez des analogies : Parfois il n'y a rien de plus efficace qu'une bonne analogie, un bon exemple pris dans un secteur d'activité différent. Exemple : « je veux devenir le Seloger.com de tel secteur ». Attention cependant à ne pas tomber dans la caricature et choisir des exemples qui parlent à tous et qui sont des succès incontestables.

Prévoyez un pitch à tiroir : Il vous faut 3 versions de votre pitch, l'un de 1 minute, l'un de 5 ou 10 minutes et l'autre de 30 ou 40 minutes. Et connaissez-les chacun en détail. Ainsi, vous pourrez aller chercher des éléments dans l'une ou l'autre des versions de votre pitch pour venir enrichir votre discours en fonction de votre interlocuteur ou votre public.

Vous souhaitez tester l'efficacité de votre pitch ?

Corentin vous conseille



[Prochaine destination : Négocier et closer la levée](#)

NÉGOCIER ET CLOSER LA LEVÉE

NÉGOCIER ET CLOSER LA LEVÉE

Dans cette troisième partie, nous allons traiter de la phase finale... vous avez réussi à intéresser un ou plusieurs investisseurs par votre pitch et votre dossier ! Maintenant, pour terminer ce processus de levée de fonds, vous devrez négocier à plusieurs reprises et sur différents aspects : votre valorisation, votre termsheet et votre pacte d'actionnaire.

La valorisation

C'est un sujet omniprésent dans le monde des entrepreneurs et donnant souvent lieu à des débats. Combien vaut mon entreprise ? Comment valoriser ma startup ? Quel pourcentage donner à mes investisseurs ? Des questions que tous les entrepreneurs sont amenés à se poser dès qu'ils démarrent un process de levée de fonds.

Dans le cas d'entreprise qui possède déjà de solides bagages et un certain historique industriel, la valorisation est plus facile à déterminer. Cependant, lorsqu'il s'agit d'une startup qui n'a pas encore fait ses preuves, avec très peu de clients, de chiffre d'affaires et un marché encore incertain, déterminer la valeur de l'entreprise est compliqué. À ce moment-là, la valeur de l'entreprise repose uniquement sur le projet, le potentiel, l'équipe et ses ambitions !

La valorisation désigne la valeur de votre entreprise et détermine donc le pourcentage d'actions échangées contre le financement investi.

Tout d'abord, il faut bien différencier les différentes étapes de valorisation :

- La valorisation pré-money est la valeur estimée de l'entreprise avant la levée de fonds.
- La valorisation post-money représentant la valeur de l'entreprise après l'apport de financements des investisseurs dans l'entreprise.

$$\text{Valeur Pre-money} + \text{Investissement} = \text{Valeur Post-money}$$

La valorisation

Petit Exercice : Calculez la valorisation !

Franck a créé une société avec 2 associés. Franck dispose des 3/10ème du capital de départ de l'entreprise. La start-up se fait ensuite accompagner par un accélérateur auquel les associés cèdent 6% du capital au prorata de leurs parts. La société réalise ensuite une levée de fonds de 500.000€, qui dilue les associés proportionnellement à leurs parts. À l'issue de la levée de fonds, Franck possède 14% du capital de la société.

Quelle est la valorisation Post-money de la société ?

[La réponse en annexe 4](#)

La valorisation ne doit pas être une fixation !

Par **Xavier Milin**, *Expert en levée de fonds*

Ne surestimez pas votre entreprise.

Imaginez : Vous faites entrer des investisseurs à une valorisation élevée, car vous réussissez à « survendre » votre projet. Bravo, bien joué, vous dites-vous probablement.... mais le jeu ne dure souvent pas bien longtemps, et vous pouvez vous retrouver ensuite confrontés lors d'un second tour de table à un gros problème : une valorisation plus basse. Dans ce cas, vous risquez de vous trouver face à quelques discussions délicates avec vos investisseurs historiques... bonne chance...

Ne vous focalisez pas uniquement sur la valorisation !

C'est un aspect important certes, mais il risque de cristalliser une situation alors que d'autres points ont autant, voire plus d'importance. Lors d'une négociation, on pourra ainsi négocier des actions préférentielles, des BSA, ou encore des clauses de liquidation préférentielle, de ratchet, de good et bad lever.... Autant de sujets qui peuvent faire varier votre part du gâteau de manière très significative.

Mettez en avant vos atouts !

Les investisseurs vont, bien entendu, regarder la solidité des hypothèses de vos projections financières. Mais ils seront aussi très sensibles à l'équipe en place, au potentiel du marché et à comment vous l'appréhendez, à la réalité de traction que vous pouvez mettre en avant (nombre de visiteurs uniques, de téléchargements d'applications, d'abonnements ...), et enfin à votre capacité de négocier la levée !

Et enfin n'oubliez pas qu'un investisseur est un partenaire sur le long terme et que vous le faites entrer au capital pour le succès futur de votre projet. Le meilleur offrant n'est pas forcément celui qui permettra à votre activité de surperformer.

Vous souhaitez obtenir des conseils sur la valorisation de votre Start-up ?

Xavier vous accompagne



Alors s'il n'y a pas de méthode de calcul, comment justifier votre valorisation ?

- ✚ **Le potentiel du marché** : Combien pèse votre marché ? Votre valorisation va être estimée en partie grâce à la taille de votre marché. Si vous visez un marché de niche, les investisseurs seront peut-être plus réticents. Généralement, un marché important entraînera une valorisation importante, car si votre entreprise s'impose sur ce marché en tant que leader, c'est le jackpot pour vos investisseurs. Autrement dit, plus la taille de votre marché est conséquente, plus le risque pris est important mais plus les gains à la sortie seront élevés en cas de réussite.
- ✚ **Votre équipe** : Les membres de votre entreprise vous ont permis d'avancer et de développer cette entreprise, c'est donc un élément déterminant qui va renforcer la valeur de votre entreprise. Il ne faut pas oublier que les investisseurs misent beaucoup sur l'aventure humaine.
- ✚ **Votre actualité** : Cet élément va déterminer votre potentiel de croissance. Si votre projet fait parti d'un secteur en plein boom, présentant une actualité riche, votre projet détiendra un grand potentiel de développement.
- ✚ **Votre stade de développement** : Dans quelle situation se trouve votre entreprise ? Êtes-vous au tout début de votre lancement ? Sur le point de commercialiser votre produit ? La valorisation dépend beaucoup de votre développement. Si vous êtes à votre premier tour de table, votre valorisation sera logiquement moins élevée que pour un stade plus avancé.
- ✚ **Votre situation financière** : Quel est l'état de votre trésorerie ? Êtes-vous dans une situation urgente avec un besoin rapide de financement ? Une entreprise qui attend « d'être dans le rouge financièrement » ne pourra pas négocier longtemps avec ses investisseurs car elle ne sera pas en position de force ! Dégagez-vous du chiffre d'affaires ? Quels sont vos objectifs financiers à court, moyen et long terme ? Tous ces éléments vont jouer dans votre valorisation.
- ✚ **Votre traction** : Générez-vous déjà de l'attractivité et de la traction sur votre site ? Si oui, c'est un élément qu'il faut mettre en avant ! La levée de fonds repose sur une bonne gestion du timing. En effet, si vous êtes dans une bonne période, avec une bonne traction, une couverture médiatique, des clients qui témoignent, votre valorisation sera supérieure que si vous êtes dans une période creuse.

Méthode de valorisation

Si vous avez un passif suffisant pour estimer votre entreprise à partir de votre chiffre d'affaires ou si vous pouvez vous référer à des acteurs existants et installés (ce qui n'est pas souvent le cas dans l'innovation) alors ces méthodes suivantes peuvent vous être utiles.

La méthode de l'évaluation des sociétés comparatives se base sur la définition de la valorisation en fonction d'une évaluation d'entreprises aux caractéristiques similaires tel que le secteur d'activité, les actifs, la taille du marché...

La méthode du Discounted Cash Flow est une façon d'estimer sa valorisation sur la valeur actuelle nette des flux de trésorerie futurs. Cette méthode se base surtout sur la création de richesse de l'entreprise.

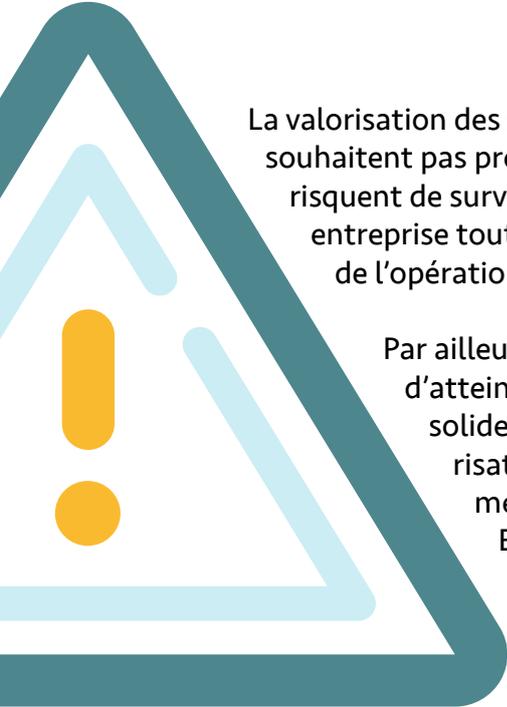
La méthode de rentabilité permet à l'entrepreneur de calculer sa valorisation par le résultat de l'entreprise.

La méthode de la projection détermine la valorisation de l'entreprise suivant les objectifs qu'elle se fixe sur le long terme et ses futurs cash-flows.

Négociez votre valorisation !

1. Même si le but des investisseurs n'est pas de contrôler entièrement votre société, sachez qu'ils chercheront à minimiser votre valorisation pour détenir le maximum de parts et ainsi faire la meilleure opération possible.
2. Qu'il s'agisse de votre valorisation des clauses du pacte d'actionnaires, vous devez tout négocier. Le but est de trouver un certain équilibre et une situation gagnant/gagnant entre les différentes parties. Si une partie se sent lésée, elle n'éprouvera pas d'intérêt ni de motivation à porter l'entreprise vers le succès, et l'ambiance s'en ressentira !
3. Si vous levez des fonds, il est fort probable que plusieurs tours de table s'échainent. Par conséquent la première valorisation doit être la plus petite possible. Attention toutefois de ne pas surestimer votre entreprise. En effet, les investisseurs pourraient alors profiter d'une deuxième levée de fonds pour réévaluer à la baisse le montant de leurs parts et par conséquent leur pourcentage dans l'entreprise.
4. Par ailleurs, assurez vous de demander le montant adéquat à la réalisation de vos objectifs ! Évaluez réellement vos besoins et ayez une vision court/moyen terme lors de la négociation de la valorisation (projection entre 3 ans et 5 ans).

La valorisation



La valorisation des startups est une étape délicate car d'un côté les investisseurs ne souhaitent pas prendre de risque trop excessif et de l'autre les entrepreneurs qui risquent de survaloriser leur entreprise. Garder un maximum de pourcentage de son entreprise tout en collaborant avec des investisseurs sereins, voilà toute la difficulté de l'opération de levée de fonds.

Par ailleurs, une survalorisation entraîne des objectifs élevés qu'il sera difficile d'atteindre surtout si votre entreprise est une jeune pousse et sans bases solides de développement. Si ces objectifs ne sont pas atteints, votre valorisation aux prochains tours de financement risque de diminuer sévèrement sans parler de votre réputation.

En contrepartie de cette surestimation, les investisseurs peuvent insérer des clauses contraignantes pour se protéger.

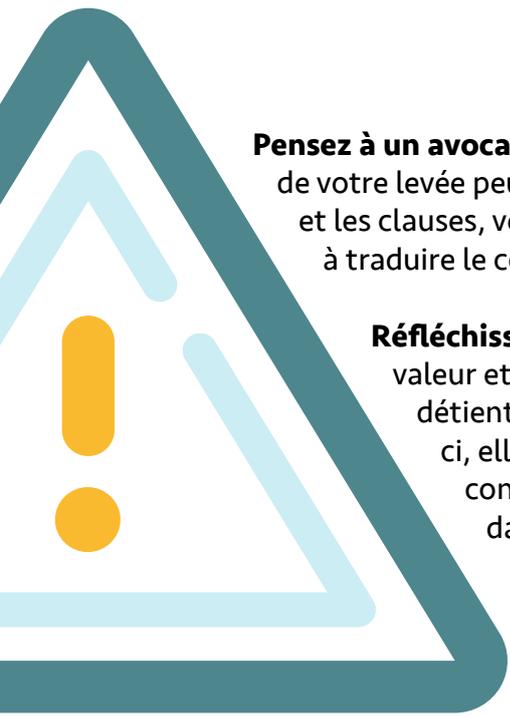
La lettre d'intention ou termsheet

La lettre d'intention, connue également sous le nom de termsheet, est un document qui permet de formaliser une volonté d'investissement dans une entreprise en définissant les modalités d'entrée de l'investisseur au capital. C'est la première marque d'intérêt concrète d'un investisseur. **Généralement d'une dizaine de pages, la lettre d'intention est le premier support qui permet d'initier les négociations et dont la rédaction est réservée à l'investisseur.**

La lettre d'intention est surtout utilisée par les VC très peu souvent par les Business Angels. Elle conclut la phase de négociation et sert de support pour la rédaction du pacte d'actionnaires. Elle donne les détails des conditions de l'accord et permet à l'investisseur d'obtenir un sursis dans sa réflexion.

Ce document peut s'apparenter à un contrat et est d'une grande importance. S'il ne s'agit pas d'un engagement irrévocable, signer une termsheet engage à poursuivre l'opération d'investissement et travailler ensemble sur la rédaction du pacte.

Une fois la lettre reçue par la société, elle est étudiée et si elle est signée, cela signifie que l'entreprise est intéressée à poursuivre les relations avec l'investisseur ou le fond en vue de la rédaction du pacte d'actionnaires. Elle permet donc de passer à l'étape suivante. Un délai est généralement prévu pour la signature de la termsheet par le dirigeant et si celui-ci est dépassé, la lettre devient caduque.



Pensez à un avocat ! Ratchet, due dilligence, Good leavers, ... une mauvaise négociation de votre levée peut vous coûter votre boîte ! Afin de bien comprendre tous les termes et les clauses, veillez à vous accompagner d'un avocat spécialisé. L'avocat vous aidera à traduire le contrat et vous conseillera sur les aspects à négocier !

Réfléchissez avant de vous engager ! Vous pensez que le termsheet n'a aucune valeur et qu'il vous sera toujours possible de renoncer ? La lettre d'intention détient un caractère engageant et suivant les conditions stipulées dans celle-ci, elle peut être requalifiée par le juge ,entraînant de lourdes conséquences. Prenez le temps de la lecture et ne vous précipitez pas dans sa signature !

La lettre d'intention ou termsheet

Que contient un termsheet ?

Le termsheet est une première base de négociation qui délimite les points à débattre entre les parties, organise les futures négociations et établit le timing.

Nous sommes ici dans une phase pré-contractuelle où les parties vont définir le cadre juridique de leur éventuelle collaboration. Le contenu du termsheet est variable, cependant il est habituel de retrouver plusieurs clauses communes à l'ensemble des lettres d'intention.

Voici une liste non exhaustive des différentes clauses présentes dans une termsheet :

L'opération d'investissement :

- ✚ La valorisation pré-money
- ✚ Le ratchet
- ✚ Le pourcentage du capital social reçu par l'investisseur
- ✚ Le montant de l'investissement
- ✚ Le type de liquidation préférentielle
- ✚ Les informations relatives aux investisseurs
- ✚ la nature et le montant des valeurs mobilières (actions, garanties, BSA, BSPCE, ...)
- ✚ L'anti-dilution
- ✚ Le timing
- ✚ La durée d'exclusivité
- ✚ Le processus d'audit
- ✚ Les conditions de sortie
- ✚ Le due dilligence
- ✚ Les clauses de garanties actifs/passif
- ✚ Les clauses Good Leaver et Bad Leaver
- ✚ Le management package

Les indications sur la gouvernance d'entreprise :

- ✚ La composition des organes de direction,
- ✚ La répartition des droits de décision,
- ✚ Les droits de vote,
- ✚ Les informations délivrées aux investisseurs,
- ✚ Les prises de décisions stratégiques...

Clause supplémentaire :

- ✚ La clause de confidentialité

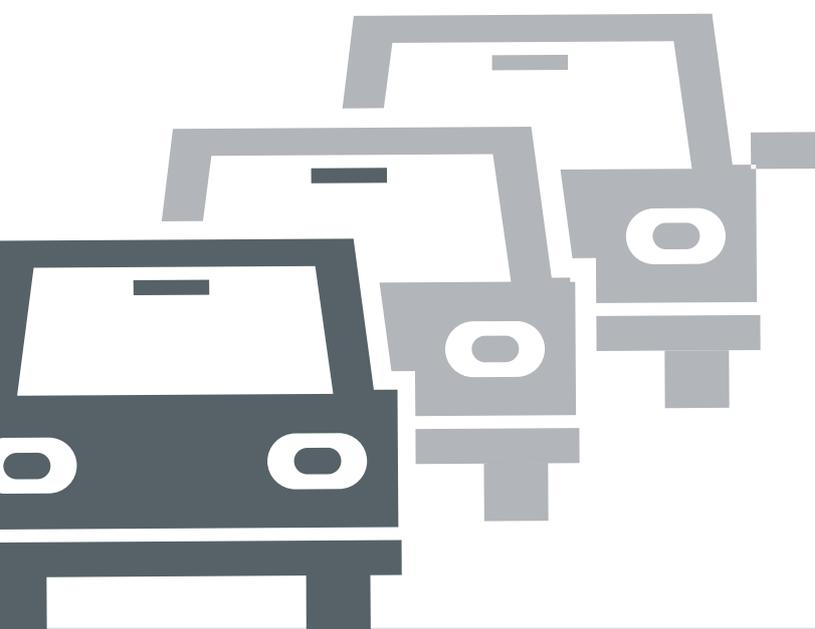
Le management package désigne la répartition des salaires accordés aux fondateurs. Il est souvent composé de bons de souscription ou BSPCE dans le but d'accorder une plus-value plus importante dès la revente de leur startup.

La lettre d'intention ou termsheet

La **clause d'exclusivité** stipule que le dirigeant ne signera nul document, ni n'entamera des négociations avec d'autres investisseurs. Ceci engage le dirigeant à figer les autres négociations s'il signe la Termsheet contenant cette clause.

La **clause de confidentialité** stipule le fait de ne pas dévoiler certaines informations jugées privées à des tierces personnes. Il s'agit d'une clause à durée déterminée.

Une fois le termsheet signé, le délai de réception de l'investissement est généralement de 4 et 8 semaines. La probabilité de l'investissement est alors très forte. Même si de tels cas sont relativement rares, une levée de fonds peut ne pas aboutir, même après signature du termsheet. Cela peut arriver si la phase de due dilligence a mis en exergue certaines informations critiques non dévoilées auparavant de la part du fondateur.



La lettre d'intention ou termsheet



Comment négocier une Termsheet ?

Par **Simon Azan**, avocat spécialisé en levée de fonds.

Négocier son term sheet d'investissement (également appelé lettre d'intention) ne doit pas être une simple faculté dans l'esprit des fondateurs d'une société, mais une obligation.

En effet, le mariage à durée déterminée entre fondateurs et investisseurs engage les parties pour le meilleur et parfois pour le pire, mais pas à n'importe quelles conditions. Il me semble important de faire passer un message essentiel : solliciter des investisseurs ne place pas les fondateurs en position d'infériorité.

La séduction est réciproque. C'est rarement l'esprit de philanthropie qui justifiera l'action des investisseurs. C'est bien parce que la lettre d'intention a vocation à faire converger les intérêts de l'ensemble des parties qu'il s'agit d'un document négociable. Ne signez jamais aveuglément une lettre d'intention. Si vous considérez que certains points méritent d'être précisés, révisés ou négociés, n'hésitez pas à instaurer un échange avec votre investisseur. Ces échanges sont extrêmement importants, car une fois la lettre d'intention signée, il vous sera compliqué de revenir en arrière. Bien entendu, votre capacité à négocier la lettre d'intention dépendra également du temps dont vous disposez pour lever vos fonds. Dans un monde idéal, essayer de bénéficier de plusieurs jours ou semaines de négociation (3 à 4 au minimum) afin d'éviter de vous retrouver à devoir signer le couteau sous la gorge.

« Ce n'est qu'une lettre d'intention, cela n'a aucune valeur, je pourrai toujours revenir sur ses termes... ».

Vous ne devinez jamais le nombre de fois où j'ai entendu cette phrase de la bouche des fondateurs de sociétés souhaitant lever de fonds. C'est pourtant une grave erreur. Le term sheet d'investissement constitue un contrat générateur de droits et d'obligations. Il est généralement engageant pour les fondateurs ; les investisseurs se laissant des portes de sortie sous la forme de conditions suspensives (réalisation d'un audit satisfaisant, autorisation de leur comité d'investissement....).

Il n'y a donc pas de place pour le bricolage. C'est la raison pour laquelle il ne peut être que fortement recommandé aux fondateurs de faire intervenir leur avocat le plus en amont possible. Il ne s'agit en aucun cas de pousser à la consommation mais de véritablement sécuriser l'investissement. Mettre toutes les chances de son côté implique en effet de bien connaître les pratiques, le jargon utilisé par les acteurs (investisseurs financiers, avocats, leveurs de fonds...) et les « pièges » classiques (ratchet, liquidation préférentielle, droit de suite, etc.) qui balisent la voie vous menant au jour J de la levée de fonds.

Par ailleurs, si la discussion se poursuit avec l'investisseur, la lettre d'intention constituera le document de référence pour la rédaction de la documentation définitive. En d'autres termes, si la lettre d'intention n'est qu'une étape de votre levée de fonds (sa signature intervient à l'issue des premiers échanges avec les investisseurs financiers), elle est structurante pour la suite des opérations (audit de votre société, rédaction du pacte d'actionnaires et de la documentation d'augmentation de capital).

Vous avez des questions concernant l'entrée d'investisseurs, votre termsheet ou votre pacte ?

Simon vous conseille



L'EXPERT
MYEXPERTTEAM

La Due-Diligence

Le due diligence représente la procédure de vérification faite par les fonds avant d'investir dans une société. Ce processus va permettre aux investisseurs de connaître l'état de santé de l'entreprise de manière plus transparente, et évaluer ses forces et faiblesses.

Plusieurs types de due diligences sont possibles :

- Informatique : La due diligence informatique permet de valoriser l'ensemble des actifs informatiques, d'étudier la stratégie informatique ou encore les forces et faiblesses du système informatique.
- Sociale : Analyser les contrats de travail, les congés payés, les charges sociales, ...
- Financière au travers de l'analyse de tous les documents financiers tels que les résultats financiers, l'EBE, le BFR, le compte de résultats,...
- Juridique : Permet d'identifier les éventuels litiges, les contrats, la propriété intellectuelle ou les risques juridiques.
- Fiscale : La TVA, l'impôt, les garanties passifs et actifs sont des éléments analysés durant ce type de due diligence.
- Stratégique : Identifier les axes de développements, le positionnement, valider l'attractivité du marché, ...

La due diligence est réalisée par des experts certifiés qui vont vérifier tous les éléments relatifs aux actifs, passifs ou encore aux résultats financiers. Il n'est pas rare de voir des entrepreneurs enjoliver la situation de leur entreprise et omettre certaines informations « compromettantes ». **La due diligence permet aux fonds d'éviter un mauvais investissement en épluchant toutes les informations internes à l'entreprise.**

Les due diligences sont appréciées par les investisseurs car elles permettent de juger du véritable potentiel de l'entreprise et de conforter l'investissement. Grâce à cette étape, le ou les investisseurs pourront ainsi ajuster la valorisation et le montant de l'investissement.

Lors des due diligence, les experts vont parfois procéder à une série d'entretiens avec les membres de l'équipe, tels que les cadres et managers. Si la due diligence est favorable, elle permettra d'établir le pacte d'actionnaires.

Le pacte d'actionnaires

Le pacte d'actionnaires

Le pacte d'actionnaires est un document organisant les relations entre les investisseurs et les associés de l'entreprise. Il s'agit en quelque sorte d'un « contrat de mariage » qui régit la vie commune des actionnaires. Il regroupe un certain nombre d'engagements au sein d'un même document entre les dirigeants et les investisseurs.

Entièrement personnalisable, le pacte d'actionnaires est une négociation entre les différents acteurs qui a pour but de protéger les intérêts de chaque partie.

Bien que partenaire de votre entreprise durant plusieurs années, les investisseurs ne sont pas voués à y rester éternellement. Et cette sortie doit se passer dans les meilleures conditions; autant éviter les disputes et autres conflits pouvant jouer négativement sur votre moral et votre business. Les clauses présentes dans le document vont permettre de prévoir les conséquences en cas de sortie.

Un pacte d'actionnaires n'est pas un document figé. L'avenant permet dans le temps de faire évoluer les clauses, par exemple dans le cas d'événements comme l'entrée ou la sortie d'un investisseur ou une nouvelle levée de fonds.

Il est également possible de mettre en place un pacte d'actionnaires à durée déterminée, notamment dans le cadre des entreprises familiales.

Quelles clauses surveiller en tant qu'entrepreneur ?

Voici une liste non exhaustive des différentes clauses pouvant être insérées dans ce document, et devant être réfléchies par le fondateur.

Clause de répartition du capital : Indispensable dans tout pacte d'actionnaires, cette clause prévoit la répartition en cas de sortie, d'une nouvelle levée de fonds ou d'autres événements spécifiques.

La clause de préemption oblige à un actionnaire souhaitant partir à céder ses parts prioritairement aux autres actionnaires. En général, il s'agit de l'intégralité des actions. Par conséquent, ledit acquéreur des parts sociales voit augmenter son capital. À noter qu'il est possible de négocier une clause de préemption qui permettrait aux fondateurs de précéder les autres investisseurs.

Good Leaver : C'est la valeur de rachat des parts d'un fondateur en cas de décès, d'incapacité, licenciement, sauf faute grave ou lourde.

Bad Leaver : C'est la valeur de rachat des parts d'un fondateur en cas de décès, d'incapacité, licenciement pour faute grave ou lourde.

Le pacte d'actionnaires

La clause d'agrément interdit à toute tierce personne de s'introduire dans le capital de la société sans autorisation de celle-ci au préalable.

La clause d'inaliénabilité stipule l'interdiction à un actionnaire de céder ses actions durant une certaine période définie en amont. Cependant, cette clause requiert le respect de certaines conditions notamment la limitation dans le temps.

La clause de sortie alternative vise à permettre à un actionnaire de sortir du capital en cédant ses actions si et seulement si un autre associé sort également. Dans ce cas, l'acquéreur qui souhaite racheter les actions d'un des sortants doit également acquérir celles de l'autre personne, ce qui peut paraître difficile si le nombre d'actions est conséquent.

La clause Tag Along ou droit de sortie conjointe intervient lorsqu'un actionnaire désire céder une partie ou la totalité de ses actions. L'actionnaire détenteur d'un droit de sortie conjointe peut alors céder tout ou partie de ses actions au même acquéreur.

Convention de garantie : Clause d'un pacte permettant à un actionnaire minoritaire de céder aux mêmes conditions ses parts, lors de la cession par le majoritaire de sa participation.

Ratchet : En cas de Full Ratchet, le prix par action du premier tour sera aligné sur celui du deuxième tour. Le Weighted ratchet est aligné sur le prix par action moyen des deux levées.

La clause Drag Along: Clause d'un pacte permettant à un actionnaire de forcer la vente de 100% du capital.

La clause de sortie prioritaire permet à un actionnaire de pouvoir céder ses parts en premier.

Le pacte d'actionnaires

Pour assurer un rendement minimum à un actionnaire minoritaire, un associé majoritaire peut s'engager à distribuer des dividendes dès lors qu'un bénéfice sera constaté. Elle permet d'éviter que le dirigeant décide de ne pas distribuer de dividendes et de laisser les bénéfices en réserve, sans que les investisseurs, qui ne disposent pas suffisamment de voix à l'assemblée, puissent s'y opposer.

Il est également conseillé d'insérer une clause en cas de décès ou d'invalidité d'un des actionnaires.

Pour résumer, toutes ces clauses sont réparties dans plusieurs grandes catégories :

- ⇄ Les clauses concernant le droit de vote
- ⇄ Les clauses évoquant l'organisation de la société ainsi que sa gestion
- ⇄ Les clauses rassemblant les informations quant au capital social.

Et juridiquement, comment ça se passe ?

D'un point de vue juridique, le pacte d'actionnaires est analysé comme un contrat et inopposable aux tiers. Son non-respect équivaut à une rupture conventionnelle. Pierre angulaire de la relation entre fondateurs et investisseur, le pacte d'actionnaires joue un véritable rôle d'arbitrage et présente l'ensemble des conditions relatives au bon fonctionnement de l'entreprise.

Nos conseils pour votre pacte d'actionnaires

Pour chaque point établi dans le pacte d'actionnaires, établissez méthodiquement toute la procédure afin de limiter toute incompréhension. Une bonne rédaction vous protégera en cas de contestation et de litige.

N'oubliez pas, un pacte d'actionnaire se négocie. Certaines clauses sont obligatoires, mais les autres doivent être négociées intelligemment.

N'oubliez pas de mentionner les légataires potentiels et donataires pouvant être liés au pacte, ceci évitera de possibles conflits.

Concernant la clause de ratchet, veillez à demander à ce que cette clause s'annule si, lors d'un prochain tour de table, l'investissement est d'une valorisation supérieure.

Et surtout veillez à être conseillé par un bon avocat !

L'APRÈS CLOSING

LE BOARD

Investisseurs et entrepreneurs sont maintenant dans le même bateau pour mener l'entreprise jusqu'au succès.

Il faut tout d'abord savoir que si les investisseurs n'ont pas tendance à s'impliquer dans la gestion au quotidien de l'entreprise, ils souhaitent tout de même garder un œil averti sur la situation évolutive de l'entreprise. En se rassemblant pour former un board et participer aux conseils d'administration ou comités stratégiques, ils accompagnent l'entreprise dans la durée.

Un board est constitué de l'ensemble de vos investisseurs ou leur représentant ou ceux détenant des parts significatives. Il peut également y avoir des professionnels non actionnaires, ayant une ou plusieurs belles réussites à leur compte, vous accompagnant dans le développement, à titre de consultant. Idéalement, les membres de votre board doivent partager votre vision du projet et être motivés pour développer et faire grandir votre entreprise.

En contrepartie, les membres de votre board bénéficient d'un droit de regard sur les décisions clés de l'entreprise et éventuellement, selon le pacte d'actionnaires, d'un droit de veto sur certaines décisions.

Un board doit être complémentaire et inclure des professionnels ayant cette capacité à challenger l'entrepreneur et le remettre en cause quand cela s'avère nécessaire dans une optique de progression constante et d'amélioration de son business. Un board de qualité est composé de personnes posant les bonnes questions afin d'anticiper les éventuelles situations de risque.

C'est une formidable ressource que tout entrepreneur doit tirer à son avantage. Vous devrez opter pour la mise en place d'un reporting, afin de communiquer les chiffres et données essentielles. Tous les chiffres que vous obtenez au quotidien ont une histoire à raconter, apprenez à les présenter à vos investisseurs. Le reporting est en quelque sorte une feuille de route détaillant plusieurs éléments : l'évolution de votre croissance, l'état actuel de votre concurrence, les recettes et dépenses sur la période, les objectifs atteints ou encore le timing des prochains mois.

Des conseils pour bien gérer votre relation

Sollicitez-les souvent !

Vos investisseurs sont là pour vous épauler et vous conseiller, demandez-leur régulièrement leur feedback sur la situation. Les startups évoluent à une telle vitesse qu'il est nécessaire de prendre le rythme pour ne pas se laisser dépasser par la concurrence, et vos investisseurs sont une ressource à utiliser.

Faites des réunions fréquentes

Les réunions de board font ressortir des réflexions intéressantes, des informations utiles et des débats sur des sujets importants pour le bien de l'entreprise. L'entreprise connaît des changements soudains, par conséquent, il est nécessaire de réunir le board pour un comité stratégique de façon fréquente. Certaines startups choisissent une réunion mensuelle, d'autres 2 fois par trimestre (une réunion mi trimestre et fin trimestre). La fréquence de vos réunions est importante et témoigne de votre motivation à intégrer vos investisseurs dans votre entreprise.

N'oubliez pas l'envoi d'emails pour informer vos investisseurs

N'hésitez pas à envoyer souvent de nouvelles informations par email à votre board, qu'elles soient bonnes ou mauvaises. Le fait que vous pensiez à les informer régulièrement augmentera leur confiance. En cas de changements, même minimes, faites un petit mail.

Tout n'est pas rose dans le monde de la création et gestion d'entreprises. Même si vous faites face à une mauvaise période, ou une succession de mauvaises nouvelles, il est important de le signaler. De toute façon, si vous n'annoncez que des bonnes nouvelles cela paraîtra louche !

LA BOITE À OUTILS DE LA LEVEE DE FONDS

Pour trouver mes investisseurs :

[Gust.com](https://gust.com) est un réseau regroupant près de 40000 investisseurs et différents secteurs d'activités. Cette plateforme a pour but de mettre en contact ces investisseurs avec des start-up. À ce stade, plus de 1.8 milliard de dollars ont été investis grâce à la startup.

[Sparkup.fr](https://sparkup.fr) est une plateforme qui permet de mobiliser son réseau pour obtenir de l'investissement en love money. En effet, il vous suffit de créer votre campagne, d'importer vos contacts et de démarrer votre campagne de communication. Le but ? Un outil pour mobiliser votre réseau et multiplier le montant de vos financements.

[AngelList](https://angelist.com), un réseau qui réunit à la fois des business angels, des startups en demande de financement et des personnes en demande d'emploi sur une même plateforme.

[Dealroom.co](https://dealroom.co) connecte les entrepreneurs et fondateurs de start-up technologiques avec des investisseurs, et leur permet de partager des données. Une base de données qui regroupe plus de 15000 entreprises.

[F6s.com](https://f6s.com) est une plateforme gratuite qui relie des investisseurs souhaitant contribuer à la réussite de startup et des entreprises en recherche de fonds. F6s donne l'opportunité de trouver un travail grâce à sa rubrique offres d'emplois

[Foundrs.com](https://foundrs.com) est un outil pour calculer l'équité entre chaque co-fondateur. Pour cela, vous répondez à plusieurs questions et la calculatrice se charge de calculer les parts de chacun dans l'entreprise. Cette calculatrice est encore au stade expérimental.

Pour rédiger mon business plan :

[Montpellier-business-plan.com](https://montpellier-business-plan.com) est un outil gratuit et intuitif qui aide les entrepreneurs dans la rédaction de leur business plan en toute sécurité. D'une grande simplicité et sécurisé, cet outil permet de crédibiliser votre projet face à des investisseurs potentiels.

[Fisy.fr](https://fisy.fr) propose des modèles gratuits de business plan financiers sous la forme de feuilles Excel. Très intuitif, il facilite la réflexion des entrepreneurs et les accompagne dans la construction de leur projet.

LA BOITE À OUTILS DE LA LEVEE DE FONDS

Pour concevoir mon Executive Summary :

✚ Obtenir des templates d'Executive Summary :

[Entrepreneur.com](https://www.entrepreneur.com) met gratuitement à votre disposition un template d'Executive Summary. Une réelle opportunité vous permettant de structurer votre pensée et synthétiser votre projet.

[Template.office.com](https://www.template.office.com) propose également un template pour vous aider dans la rédaction de votre Executive Summary. Pour accéder au document, vous devrez vous connecter avec un compte Microsoft.

✚ Designer son Executive Summary :

[Canva.com](https://www.canva.com) est un super outil pour laisser libre court à votre imagination et créer de beaux visuels de toute taille et pour tous vos usages. Aucune idée ? Pas de panique, le site vous propose des templates gratuits et payants.

[Piktochart.com](https://www.piktochart.com), un outil clair et facile d'utilisation pour réaliser de jolies infographies, de quoi égayer votre Executive Summary ou tout autre document.

[Visual.ly](https://www.visual.ly), un site qui propose la réalisation de vidéos, infographies, présentations ou encore e-book. Tous les leviers sont à portée de main pour réaliser de superbes créations.

Pour réaliser mon Pitch :

✚ Obtenir des templates :

[Template.office.com](https://www.template.office.com) propose un modèle gratuit pour vous aider à pitcher votre projet. Avec ce template, vous pouvez créer un pitch de 12 secondes, 30 secondes et 3 minutes. Pour y accéder, vous devrez vous connecter avec un compte Microsoft.

[Leteaser.fr](https://www.leteaser.fr) est un outil gratuit qui vous permet de faire la présentation de votre startup. Vous présentez votre environnement, la concurrence, vos offres, votre équipe, votre recherche de financement... une page interactive qui vous est dédiée et que vous pouvez partager sur vos réseaux !

LA BOITE À OUTILS DE LA LEVEE DE FONDS

[Improve Presentation](#) propose deux formules payantes pour télécharger une trame de pitch. Un design élégant, agréable à la vue, compatible avec Powerpoint et facile à comprendre, vous pourrez créer des présentations fun pour convaincre vos futurs investisseurs.

✚ Créer une vidéo :

[Pitchy.fr](#), une plateforme pour vous permet de réaliser votre vidéo en moins de 30 minutes et à partir de 99€. Les templates sont créés par des experts designers pour une qualité professionnelle.

[Powtoon.com](#), une plateforme pour créer des présentations gratuites. Pour plus de liberté, le site vous propose deux formules payantes. Un outil simple et rapide !

[Bunkrapp.com](#) vous propose un contenu riche pour créer des présentations modernes. Ainsi, il est possible d'intégrer des GIFS animés, des vidéos, des images, des contenus sociaux, de l'audio ou encore des fichiers, le tout en disposant les slides selon votre envie.

Pour communiquer autour de votre campagne de crowdfunding :

[Thunderclap.it](#) est un outil de « crowd-speaking » qui vous permet d'augmenter la portée de votre communication sur vos réseaux sociaux. Comment ? Après avoir créé un espace sur le site, vous devez convaincre un maximum de membre de votre réseau (amis, fans, followers) de soutenir votre cause dans un temps imparti. Si vous y parvenez, Thunderclap, postera votre message sur leurs comptes Facebook et Twitter.

Partager des documents :

[Dropbox.com](#) est une plateforme qui vous permet de stocker et synchroniser tous types de documents (fichiers, photos, vidéos) grâce à ses 5 Gigaoctets de mémoire en version gratuite. Un outil indispensable pour garder à portée de main vos dossiers.

[Wetransfert.com](#) est un service gratuit qui vous donne l'opportunité d'envoyer des fichiers volumineux à vos interlocuteurs, de manière très simple.

[Google Drive](#), est un super outil avec lequel vous stockez, partagez vos fichiers et vous permet de travailler à plusieurs sur un même document.

LA BOITE À OUTILS DE LA LEVÉE DE FONDS

Envoi d'emails :

Tilkee.fr, un outil pour optimiser votre suivi commercial. Avec Tilkee, vous pouvez savoir si votre interlocuteur a ouvert votre mail, obtenir diverses statistiques utiles ou encore analyser le degré d'intérêt de votre interlocuteur suite à la lecture de votre mail.

Mailchimp.com est une plateforme qui vous permet de créer et d'envoyer des campagnes emailing et de recevoir une analyse détaillée du comportement de vos interlocuteurs. Il vous propose 3 abonnements.

Aweber.com, un outil en anglais qui facilite la gestion de vos mailing-list et de vos abonnés. Testez gratuitement le service pendant 30 jours et faites-vous votre propre opinion.

Communiquer avec mes collaborateurs :

Skype.com est l'outil incontournable pour communiquer avec vos collaborateurs via visioconférence ou tchat, il permet également l'envoi de fichier et le partage d'écran.

Slack.com est un super outil de collaboration vous proposant une interface d'échange. Pour des discussions à deux ou plus, vous échangez avec vos collaborateurs et uploadez des documents. Il propose un service gratuit avec des fonctionnalités limitées.

Pour gérer mes tâches au quotidien :

Trello.com est un outil gratuit de gestion de projet en ligne où vous pouvez créer des tâches. Un bon moyen d'organiser votre planning.

Evernote.com est un espace de travail numérique pour stocker vos contenus et les retrouver facilement, parfait pour éviter tout oubli. Cet outil se synchronise avec tous vos appareils. Il vous propose un modèle basic gratuit et deux autres payants.

Azendoo.com synchronise votre travail d'équipe et vous permet d'organiser votre organisation au quotidien.

Xmind.net : outil de Mind Mapping pour cartographier vos tâches, pensées, objectifs et ainsi, avoir une vue d'ensemble.

Pour obtenir des conseils d'experts pour ma levée de fonds :

Myexperteam.com est un service de mise en relation entre entrepreneurs qui ont des problématiques business et des experts qui possèdent les compétences pour y répondre. Vous pouvez consulter des experts par téléphone, visioconférence ou en face à face, le tout à moindre coût.

CONCLUSION

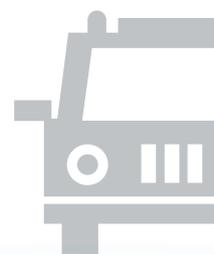
Si vous êtes au début de votre création d'entreprise, une multitude de moyens de financement s'offrent à vous. Recherchez donc toutes les subventions/aides publiques qui peuvent entrer dans le capital de votre entreprise en vous informant auprès de votre région et sur le site de la BPI. Pensez également à votre famille ! C'est une aide précieuse et un bon moyen de récolter quelques milliers d'euros pour votre entreprise. Attention cependant à ne pas devenir « un chasseur de prime » et de ne pas passer votre temps à rechercher des subventions et ne pas vous concentrer sur vos clients !

Sachez également que lever des fonds n'est pas une fin en soi. Et dans le cas où c'est absolument nécessaire, tentez de lever des fonds le plus tard possible, en faisant attention qu'il ne soit pas TROP tard. À trop attendre, la levée de fonds peut s'avérer urgente car vous ne disposez plus de liquidités pour l'avenir de votre business. Dans ces cas-là vous pouvez connaître deux situations : devoir arrêter votre projet ou vous précipiter dans votre levée sans réelle marge de négociation et devoir accepter des conditions contraignantes. Dans ce cas, cela peut entraîner les fondateurs à développer leur entreprise dans de mauvaises conditions, et peu à peu perdre l'envie, la motivation et la passion ! Donc, restez maître de votre levée et ne subissez pas les événements !

Pour lever des fonds, tout entrepreneur doit être préparé et être conscient de la durée et la complexité de cette étape. Démarcher des investisseurs, préparer son dossier, pitcher, chaque étape est fondamentale pour la suite mais prend beaucoup de temps, d'énergie et de concentration. Veillez cependant à ne pas y consacrer la totalité de votre temps au détriment de l'avancée de votre projet.

Vous l'aurez compris, la levée de fonds est un marathon et une véritable épreuve psychologique !. Une grande préparation et un entraînement sont donc de rigueur pour bien gérer son stress et encaisser les échecs que l'on peut rencontrer. Faites du sport, prenez du recul ou initiez vous au yoga ou la méditation, qui sont de bons moyens pour prendre du recul et tenir sur la durée.

Bonne route vers la levée, en espérant avoir éclairé votre route !



POUR ALLER PLUS LOIN

Nous espérons que ce ebook vous aura apporté un maximum de réponse !

Pour aller plus loin dans vos recherches et démarches [Myexperteam](#), [Maddyness](#) et [1001startups](#) vous accompagne tout au long de votre démarche entrepreneuriale!

Vous pouvez bénéficier de conseils spécialisés et personnalisés de la part des experts sélectionnés par Myexperteam. CIR, JEI, Crowdfunding, Pitch, Executive summary, Business Plan... **vous trouverez sur Myexperteam des experts disponibles pour vous aider à atteindre vos objectifs de levée de fonds.**

OFFRE SPÉCIALE EBOOK :

-15% sur votre première consultation avec le code :

« EBOOKLF »*

[Découvrir les
EXPERTS
Myexperteam](#)



* Offre valable jusqu'au 30/08/2015

Pour toute question ou demande, n'hésitez pas à nous contacter directement à :



contact@myexperteam.com



www.myexperteam.com

Vous souhaitez connaître les actualités des start-ups, les levée de fonds, et les meilleurs outils ? Maddyness est le magazine Français dédié aux start-up. Evènements, articles, interviews, avec Maddyness vous resterez toujours à la page.



www.maddyness.com

ANNEXE 1

Les plateformes de Crowdfunding

Les plateformes de prêts :

- ✚ [Babyloan](#) : l'internaute définit la somme du prêt et se voit rembourser chaque mois dès lors que le projet est entièrement financé.
- ✚ [Hellomerci](#) : Plateforme de prêts entre particuliers. Le montant des prêts varie entre 200€ et 10000€. Vous pouvez rembourser sur une période de 1 mois à 36 mois et le taux d'intérêt est de 0%.
- ✚ [Unilend](#) : Les entreprises en besoin de financements peuvent emprunter auprès d'une communauté d'épargnants un montant entre 20000€ et 250000€ pour le développement de leur projet ou le renforcement de leur trésorerie. Chaque prêteur définit le taux d'intérêt qui lui convient et les taux les plus favorables seront retenus.
- ✚ [MicroWorld](#) : Plateforme de micro-crédit solidaire. A partir d'un montant minimum de 20€, les particuliers, professionnels et les fondations peuvent soutenir des projets de micro entrepreneurs dans le monde. La mission de MicroWorld est de lutter contre la pauvreté et de développer l'économie locale.
- ✚ [Xetic](#) : Ce site est une plateforme de microcrédit qui permet de soutenir financièrement des projets d'entreprise dans le monde entier.

ANNEXE 1

Les plateformes de Crowdfunding

Les plateformes de dons :

- ⇨ [Arizuka](#) : Cette plateforme accueille les projets de professionnels, particuliers et associations dédiés à la solidarité, à l'innovation sociale et au développement durable. Arizuka fonctionne sous le système du don avec contreparties. Pour soutenir financièrement un projet, le montant minimum du don est de 10€.
- ⇨ [Bulb in town](#): C'est un site de finance participative locale. Les utilisateurs de Bulb in town sont en recherche de projets à financer aux alentours de chez eux tels que des commerces, musées,... Deux systèmes de participation sont proposés sur Bulb in Town : le don avec une contrepartie ou l'equity.
- ⇨ [KissKissBankBank](#) : Leader européen du crowdfunding, cette plateforme est dédiée à l'innovation, l'entrepreneuriat et à la créativité.
- ⇨ [Touscoprod](#): 1ère plateforme de financement participatif dédié à la production de films. Plus de 300 films ont été financés dont 6 sélectionnés au Festival de Cannes.
- ⇨ [Kickstarter](#) : Kickstarter est une plateforme américaine de crowdfunding qui permet de soutenir la naissance de projets spécialisés dans une multitude de secteurs tels que l'artisanat, le journalisme, la photographie ou encore la musique.
- ⇨ [Ulule](#) : Ce site permet de financer tout type de projet à vocation créative, innovante, solidaire ou à portée citoyenne.
- ⇨ [United donation](#) : Cette plateforme permet le financement de projets environnementaux, à travers le monde, sous la forme de simples dons.
- ⇨ [Wedogood](#) : Cette plateforme permet d'investir envers des projets à fort impact sociétal. Si le projet réussit, vous récupérez votre apport avec des bénéfices.
- ⇨ [My Major Company](#) : 1er site de financement participatif français. Depuis le lancement de la plateforme, 13 millions d'euros ont été collectés aux travers de projets aux domaines variés tels que la musique, l'entrepreneuriat, les événements, le sport,...

ANNEXE 1

Les plateformes de Crowdfunding

- ✚ [Cowfunding](#) : Site de financement participatif généraliste fonctionnant par la mécanique du don avec contreparties.
- ✚ [Culture Time](#) : Avec cette plateforme, les internautes peuvent soutenir des projets culturels par le biais du don.
- ✚ [Davinciprowd](#) : Ce site de crowdfunding permet le financement de projets relatifs à la Recherche, l'Enseignement Supérieur et à la Santé.
- ✚ [Zentreprendre](#) : C'est une plateforme qui permet de développer une communauté en vue de soutenir financièrement un projet mais également en donnant du conseil.
- ✚ [Eduklab](#) : Cette plateforme de crowdfunding est dédiée au financement des projets étudiants sous la forme du don avec contreparties.
- ✚ [Iamlamode](#) : Ce site est spécialisé dans le financement de projets créatifs relatifs à la mode.
- ✚ [Pick&Boost](#) : Plateforme de crowdfunding permettant le financement de projet aux univers multiples. La durée maximale de la collecte est de 90 jours.
- ✚ [Weplay sport](#) : Sous le système du don avec contrepartie, cette plateforme est spécialisée dans les projets de l'univers du sport et du handisport.
- ✚ [Ecobole](#) : 1er site de crowdfunding écologique. Les projets sont présentés sur la plateforme durant 90 jours et sont financés par le biais du don contrepartie.
- ✚ [Foodraising](#) : 1ère plateforme de crowdfunding entièrement dédié aux projets culinaires.

ANNEXE 1

Les plateformes de Crowdfunding

Les plateformes de prises de participations :

- ✚ [Afexios](#) : Plateforme de financement participatif avec prise de participation au capital pour des montants inférieurs ou égaux à 100000€. Un espace privé Entreprise est disponible pour organiser et gérer votre levée de fonds en ligne.
- ✚ [Anaxago](#) : Les internautes membres d'Anaxago peuvent devenir actionnaire d'entreprises en investissant à partir d'un montant de 1000€. Les projets proposés sont basé sur des demandes d'investissement entre 100000€ et 1 million d'euros.
- ✚ [Kiosk to invest](#) : Consacré aux entrepreneurs, start-up et PME, cette plateforme permet des demandes d'investissement entre 100000€ et 5 Millions d'euros. Le montant du ticket d'investissement est de 1000€ minimum.
- ✚ [Smartangels](#) : Plateforme de crowdfunding spécialisée dans l'investissement au capital des startups et PME.
- ✚ [Happy Capital](#) : Happy Capital permet à chaque entreprise, quel que soit son stade de maturation, de pouvoir financer son business en contrepartie d'une participation au capital.
- ✚ [Sparkup](#) : Première plateforme de crowdfunding dédié à la love money en contrepartie d'actions.

ANNEXE 2

Les plateformes de Business Angels

Plateformes de business angels généralistes :

- ⇨ [Gust](#) est une plateforme internationale pour la recherche et la gestion d'investissement à l'amorçage. Elle met en relation des entrepreneurs avec plus de 45000 business angels. Pour effectuer votre recherche, il vous est possible de filtrer votre recherche par localisation géographique, secteur d'activité et besoins de financement.
- ⇨ [AngelList](#) est une plateforme américaine qui regroupe des réseaux de business angels et des projets en besoin de financement. Le but est de mettre en relation ces acteurs afin de contribuer à des investissements.
- ⇨ [Anaxago](#) : plateforme regroupant plus de 500 business angels actifs en France.
- ⇨ [Naco](#) est un réseau de business angels basé au Canada.
- ⇨ [Eban](#) est une association européenne de business angels.
- ⇨ [Franceangels](#) : Cette plateforme est la fédération nationale des réseaux de business angels. À ce jour, 78 associations sont répertoriées sur le site.

ANNEXE 2

Les plateformes de Business Angels

Réseaux de business angels par affinités :

- ⇨ [Femmes business angels](#) est le seul réseau féminin de Business Angels en France et le premier en Europe. Regroupant plus d'une centaine de membres, ces femmes investissent dans des entreprises innovantes en phase d'amorçage ou de développement de tout secteur.
- ⇨ [Business-angels.info](#) est une association regroupant des business angels étant anciens étudiants de grandes écoles.
- ⇨ [Art et métiers Business angels](#) est l'association des anciens élèves des Arts et métiers.
- ⇨ [EDHEC Business Angels](#) est un réseau ouvert à tous les diplômés de l'école EDHEC souhaitant investir dans des projets innovants.
- ⇨ [ENSAE-BAE](#) regroupe des anciens élèves de l'école ENSAE intéressé d'investir dans des jeunes entreprises innovantes.
- ⇨ [ESSEC Business Angels](#) est une association regroupant des Business Angels, anciens étudiants de l'école ESSEC Business School.
- ⇨ [Alumni Business Angels](#) est une association créée en 2006 formée d'une cinquantaine de Business Angels.
- ⇨ [XMP Business angel](#) est un réseau d'anciens élèves de Ponts et Chaussées, Polytechnique et Ecole des Mines.
- ⇨ [INSEAD Business Angels](#) a été fondé en 2012 et compte 68 membres. Leur secteur d'investissement est entre autres la biotechnologie, le service aux entreprises, l'électronique, la technologie propre ou encore le service aux consommateurs.
- ⇨ [Harvard Angel France](#) est un réseau de business de Harvard Business School.
- ⇨ [Dauphine Business Angels](#) a été créé en 2009 par des anciens élèves de l'Université Paris Dauphine.

ANNEXE 2

Les plateformes de Business Angels

Réseaux de business angels finançant par secteurs :

- ✚ [Angels santé](#) est un réseau d'investisseurs finançant des entreprises innovantes du secteur de la santé tels que les médicaments, les services autour de la santé, les nouvelles technologies.
- ✚ [Alidevangels](#) regroupe des business angels investissant dans le secteur de l'agroalimentaire.
- ✚ [DDIDF](#) est un réseau de business angels soucieux d'investir dans des projets de développement durable.
- ✚ [Forinvest](#) met en relation des business angels avec des entrepreneurs ayant des projets dans la filière du bois.
- ✚ [IT Angels](#) regroupe des business angels spécialisés dans le domaine des télécommunications, de l'informatique et du web.
- ✚ [SeedforSoft](#) est un réseau de business angel investissant dans des projets à fort potentiel de croissance dans le domaine des NTIC.
- ✚ [Health Angel Rhône-Alpes](#) comprend un réseau de business angels qui investissent dans des projets spécialisés dans les sciences de la vie en Région Rhône Alpes.

ANNEXE 2

Les plateformes de Business Angels

Par localisation géographique

- [Alsace Business Angels](#) (Strasbourg) regroupe un réseau de 45 business angels de la région d'Alsace.
- [Finaqui](#) (Mérignac) est une association de business angels Aquitain.
- [Armor Angels](#) (Saint-Brieuc) est un réseau régional de d'investisseur privé dans la région de Côte d'Armor.
- [Logoden Participations](#) (Rennes) regroupe une association de business angels Breton.
- [Bretagne Sud Angels](#) (Vannes) est une association créée en 2009 et s'occupe de la dynamique du Morbihan.
- [Val de France Angels](#) (Orléans) regroupe des business angels de la région Centre.
- [Finance et Technologie](#) (Gif-sur-Yvette) est une association de business angels de l'Essonne.
- [Blue Sky Capital](#) (Paris) est un réseau de 40 investisseurs aux profils variés.
- [Parisbusinessangels.com](#) est une association créée en 2004 comprenant plus de 150 business angels de la région Parisienne.
- [Club Invest 77](#) (Serris) est le réseau de business Angels Seine et Marnais.
- [Limousin-Businessangels](#) est une association créée en 2007 et finançant le démarrage / développement des entreprises de la région Limousin.
- [Lorraine Business Angels](#) (Metz) accompagne des porteurs de projets de la région Lorraine
- [Ouest Angels](#) (Nantes) regroupe des business angels qui investissent dans des secteurs relevant entre autres des Télécom, Electronique, Informatique et Logiciel ou encore Internet et Médias.
- [Symbiose 53](#) (Laval) est un club d'investisseurs individuel faisant partie de la Mayenne.

ANNEXE 2

Les plateformes de Business Angels

Par localisation géographique

- ✚ [Le Mans Sarthe Investissements](#) (Le Mans) regroupe des investisseurs sous 2 profils différents : les entrepreneurs et les anciens chefs d'entreprise
- ✚ [Synergie](#) (Futuroscope) est l'association des business angels du Poitou Charente.
- ✚ [Sophia Business Angels](#) (Sophia-Antipolis) est un réseau d'entrepreneurs internationaux et de managers souhaitant contribuer à la réussite de startups.
- ✚ [Provence Business Angels](#) (Marseille) est une association créée en 2008 et rassemblant une cinquantaine de membres.
- ✚ [Grenoble Angels](#) (Grenoble) est un réseau de près de 160 Business Angels finançant des projets de la région de Rhône Alpes.
- ✚ [Lyon Angels](#) (Lyon) a été créé en 2004 et financent des startups entre 10.000€ et 50.000€ en zone Lyonnaise.
- ✚ [Savoie Angels](#) (Le Bourget-du-Lac) compte près de 190 adhérents et ont investi depuis 2008 plus de 10.5 millions d'euros.
- ✚ [Capitole Angels](#) est une association de business angels de la région Midi Pyrénées. Ces investisseurs financent des projets innovants de tout secteur d'activité.
- ✚ [Sud Angels](#) est le club de Business Angels issu de la région Languedoc Roussillon. Ce réseau compte actuellement 70 membres.
- ✚ [Melies](#) réunit une centaine de Business Angels dans la région du Languedoc Roussillon.
- ✚ [Nbangels](#) est l'association des business angels de Normandie.
- ✚ [Investessor](#) est le réseau de business angel de la région Ile de France et comprend 300 membres investisseurs dans des entreprises innovantes. Pour que votre dossier soit étudié plus en détail, la moitié des personnes composant la commission doivent être d'accord.
- ✚ [Beangels.eu](#) est un réseau de Business Angels de la Belgique Francophone qui compte plus de 160 Membres prêts à investir dans des projets innovants.

ANNEXE 3

Glossaire

Actionnaire :

L'actionnaire est un investisseur d'une entreprise, c'est-à-dire le propriétaire d'un titre financier. En contrepartie, l'actionnaire va toucher des dividendes issus des recettes de l'entreprise.

Augmentation de capital

Une augmentation de capital consiste pour l'entreprise à émettre des titres financiers à destination de futurs actionnaires en vue d'une levée de fonds.

BFR :

Le besoin en fonds de roulement désigne les ressources financières nécessaires à l'entreprise pour combler son besoin financier. Le calcul du BFR résulte d'une différence entre les dépenses et les recettes.

Business Angels :

Les business angels sont des actionnaires investissant dans des entreprises innovantes à fort potentiel de croissance. En plus de leur apport financier, ces « anges d'affaires » vont apporter leurs compétences, connaissances et mettre à disposition leur temps pour aider l'entrepreneur et son entreprise.

Crowdfunding :

Le crowdfunding ou financement participatif représente un moyen pour un porteur de projet d'acquies de l'argent par le biais d'internautes. Le financement de projet par la foule peut prendre différentes formes telles que le don, le don avec contrepartie, le prêt ou l'investissement avec prise de participation au capital.

Fond d'investissement :

Les fonds d'investissements sont des sociétés financières qui investissent dans des startups pour le compte d'investisseurs privés. Les fonds d'investissement, interviennent pour des tickets d'un montant supérieur à celui des business angels et interviennent généralement, une fois que l'entreprise dispose de chiffres significatifs et d'une certaine notoriété.

Executive Summary :

L'executive est une partie du business plan qui a pour but de jouer le teaser de l'entreprise, c'est-à-dire de résumer en 1 à 2 pages les principales lignes du business de celle-ci. Dans un dossier de levée de fonds, l'executive summary se place devant le business plan et représente la partie la plus lue par les investisseurs.

ANNEXE 3

Glossaire

KPI :

Il s'agit d'indicateurs clés de performance ayant pour but de mesurer la performance d'un projet. Ils peuvent être utilisés notamment pour calculer l'efficacité d'une campagne, le taux de conversion, le nombre d'abonnés,...

Leveur de fonds :

La profession de leveur de fonds consiste à accompagner l'entrepreneur dans toutes les démarches de la levée de fonds. Côté souvent des fonds d'investissement, le leveur de fonds connaît, de ce fait, toutes les attentes et peut adapter le contenu du dossier. C'est lui qui gère tous les relations avec les investisseurs et participe également au rendez-vous entre entrepreneur et fonds d'investissement.

Love Money :

Il s'agit d'un financement réalisé par l'entourage de l'entrepreneur : Amis, collègues, familles, ... généralement par le biais de petits tickets. Il s'agit bien souvent du premier tour de table d'un entrepreneur.

Pitch :

Le pitch est une courte présentation de l'entreprise. Un entrepreneur va être amené à pitcher son entreprise à de nombreuses occasions et notamment devant des investisseurs. Être convaincant et donner envie d'en savoir plus, voilà le but de cette courte présentation.

Pacte d'actionnaire :

Le pacte d'actionnaire est un contrat liant le(s) gérant(s) et les actionnaires d'une entreprise dans le cadre d'une levée de fonds. Il est composé de différentes clauses qui vont régir les relations entre les parties.

Prêt d'honneur :

Prêt personnel à taux zéro, le prêt d'honneur est à destination des créateurs ou repreneurs d'entreprise. Ce prêt est sans garantis et octroyé à la personne elle-même et non l'entreprise.

Reporting :

Le reporting est un ensemble de données concernant l'entreprise et destiné à informer les investisseurs sur la santé de celle-ci.

ANNEXE 3

Glossaire

Scalable :

Faire grossir son CA sans que cela augmente de manière proportionnelle sa structure de coût.

Subvention :

La subvention est une aide financière accordée au profit de créateurs et repreneurs d'entreprise pour les aider dans le développement de celle-ci. Elle s'apparente à un don et ne nécessite d'aucun remboursement.

Term Sheet :

Le termsheet est un document rédigé par l'investisseur en faveur d'une startup qu'il souhaite financer. Cette lettre d'intention va synthétiser les principales clauses de leur future collaboration.

Valorisation :

La valorisation représente le montant que vaut une entreprise. Pour calculer celui-ci, l'entrepreneur va se baser sur son historique s'il en possède un, ou le cas échéant, sur différents éléments tels que la concurrence, la qualité de l'équipe ou encore l'actualité de l'entreprise. C'est à partir de ce montant que l'entrepreneur va définir le montant des parts et le pourcentage qu'il souhaite céder aux investisseurs.



ANNEXE 4

Correction de l'exercice

Franck dispose de 30% du capital de départ, ses associés 70%. Il cède 6% de son capital à l'accélérateur, soit $0.06 \times 0.30 = 1.8\%$. Ses associés cèdent $0.006 \times 0.7 = 4.2\%$.

Suite à l'entrée de l'accélérateur dans le capital, la répartition est la suivante : Franck : 28.2%, Associés : 65.8%, Accélérateur : 6%.

Suite à la levée de fonds, Franck perd $28.2 - 14 = 14.2\%$. Si Franck perd 14.2%, alors ses associés perdent 33.13% et l'accélérateur 3.02%.

Méthode de calcul produit en croix : Si $14.2 = 28.2$ alors $65.8 = 33.13$ et $6 = 3.02$.

Après la levée de fonds, Franck dispose donc de 14% de capital ($28.2 - 14.2$), ses associés 32.67% et l'accélérateur 3.02%. Tous ensemble, ils possèdent donc 49.69% du capital.

Les investisseurs ont donc acquis 50.31% du capital pour 500.000€

La valorisation post money de la société est donc de 993 838€

myexperteam 

100startups />

 addyneess

