

LIVRE BLANC

FINANCEMENTS PRIVÉS

L'essentiel pour lever des fonds

Si ce sont bien les entreprises qui créent de l'emploi et de la valeur sur le territoire, en revanche, notre rôle est de les accompagner à chaque étape de leur vie, en leur offrant les meilleures conditions pour favoriser leur développement et les sécuriser durablement.

L'accélération des cycles économiques, des transitions écologique et énergétique, de l'explosion des mobilités, des mutations liées au numérique et à la digitalisation de la société, implique que les entreprises doivent innover et atteindre leur marché en des temps réduits.

Développer des innovations et les mettre en marché nécessite de mobiliser des capitaux importants.

Nos savoir-faire consistent à optimiser l'ingénierie financière des entreprises en articulant fonds propres et fonds publics à chaque stade de leur développement, en utilisant la palette de tous les dispositifs financiers à disposition. Dans les phases d'amorçage, cela consiste à limiter le risque financier des étapes de faisabilités technique et commerciale.

Lorsque la faisabilité est avérée, il s'agit d'accompagner l'entreprise dans le développement de son innovation en mobilisant des outils financiers comme par exemple le Contrat Innovation ou le PIA 3 régionalisé permettant de « sécuriser » la trésorerie de l'entreprise dans son investissement R&D.

L'accélération de technologies disruptives telles que l'IA, la production de nouvelles énergies propres et décarbonées offrent de nouvelles opportunités aux acteurs entrants pour changer les modèles économiques et apporter aux acteurs historiques de nouvelles perspectives.

Néanmoins, la réussite repose sur la capacité de l'entreprise à se positionner plus rapidement sur le marché que ses concurrents émergents, avec une offre différenciante, présentant si possible des barrières à l'entrée en termes de Propriété Intellectuelle ou de partenariat stratégique.

La difficulté à lever, réside souvent dans le fait que l'entreprise a du mal à convaincre les investisseurs de la pertinence de son offre sur le marché lorsqu'elle n'a pas encore réalisé de chiffre d'affaires (ou très peu).

Par ailleurs, l'équipe peut manquer de pluridisciplinarité : pour une start-up, le risque est bien souvent de concentrer l'équipe sur la technologie et pas suffisamment sur l'accès au marché et la gestion financière. Enfin, compte-tenu de la durée du processus de levée de fonds entre cinq et douze mois en moyenne, il est nécessaire que l'entreprise dispose de ressources financières suffisantes.

En synthèse, quelques conseils si vous souhaitez lever pour passer de l'idée innovante à l'industrialisation commerciale :

1

Ne pas attendre que la solution technologique soit finalisée pour la confronter auprès des clients, mais l'améliorer en continu au fur et à mesure des retours des usagers.

2

Identifier de potentiels associés ou salariés clés (CTO et COO de renom ou qui peuvent afficher une expérience significative et réussie dans leur domaine) qui assoient la crédibilité de l'équipe dirigeante et s'engagent à rejoindre l'entreprise au moment d'une levée de série A.

3

Ne pas chercher à lever trop de fonds tout de suite, mais chercher à financer chaque étape par des dispositifs appropriés, tout en développant un premier volant de chiffre d'affaires qui permettra d'atteindre une valorisation compatible avec une levée de fonds importante.

4

Lever des fonds lorsqu'on est véritablement prêt : arriver bien capitalisé, avec une équipe pluridisciplinaire de qualité, une offre différenciante et un premier chiffre d'affaires, excepté pour les innovations très disruptives où il s'agit d'être le premier.

N'hésitez plus à vous faire accompagner : une rencontre avec un investisseur et avec le succès ne s'improvise pas !

Thomas Bascaules

Directeur Général - Agence de Développement Économique - Région Occitanie

SOMMAIRE

INTRODUCTION p. 5

01

COMPRENDRE LES PRÉREQUIS D'UNE LEVÉE DE FONDS p. 7

QUAND ALLER CHERCHER DES FINANCEMENTS ?

AUPRÈS DE QUI FAIRE UNE LEVÉE DE FONDS ?

02

PRÉPARER SA LEVÉE DE FONDS p. 17

DANS QUEL ÉTAT D'ESPRIT ABORDER LA LEVÉE DE FONDS ?

COMMENT VALORISER SON ENTREPRISE ?

03

LES DOCUMENTS NÉCESSAIRES À LA LEVÉE DE FONDS p. 25

COMMENT TRANSFORMER SON PITCH DECK UN SUCCÈS ?

PACTES D'ASSOCIÉ OU CLAUSE STATUTAIRE : QUEL ASPECT JURIDIQUE PRIVILÉGIÉ ?

CONCLUSION p. 33

REMERCIEMENTS p. 34

INTRODUCTION

En 2018, plus de 30 milliards d'euros ont été confiés à des sociétés qualifiées de start-up dans le monde dont 3,624 milliards rien qu'en France et en progression de 41% par rapport à 2017. Cela a représenté 645 opérations pour un montant moyen de 5,6 millions d'euros.*

Les investisseurs français du « non côté » sont parmi les plus actifs en Europe avec près de 19 milliards d'euros de fonds levés en 2018, et ce dans tout type de secteur ou domaine. Beaucoup de ces sociétés se sont spécialisées dans les préoccupations RSE, énergies vertes et renouvelables).

En France, on dénombre plus de 800 fonds privés. Lever des fonds relève du parcours du combattant et être mal préparé peut s'avérer catastrophique en termes d'image, de délais et de survie. La préparation de la stratégie globale (au-delà de l'aspect financier) s'avère indispensable.

La levée de fonds est une démarche longue et engageante qui peut durer jusqu'à 1 an.

Avant d'initier la démarche, il est primordial d'avoir connaissance des différentes étapes qu'elle implique et de les respecter.

La première étape revient à se poser les bonnes questions quant aux types de financements à aller chercher, "Pourquoi celui-là plutôt qu'un autre?", "Mon réseau va-t-il suffire ? En quoi mon projet va-t-il séduire ?".

Il est particulièrement important d'anticiper et de se faire conseiller. Le manque de temps a très souvent amené les dirigeants à accepter des offres qui ne leur permettraient pas de réaliser l'ensemble de leurs projets voire même à bloquer des évolutions futures.

*Source : [Baromètre E&Y du capital risque en France en 2018](#)



INTRODUCTION

Démontrer la confiance que l'on vous octroie via le soutien de clients, influenceurs, partenaires industriels et commerciaux vous offre une crédibilité sans pareil. Sans compter sur le montage de l'opérationnel dont votre prévisionnel financier dépendra . Ce dernier montre votre vision et votre ambition à vous développer. C'est lui qui présentera votre projet et en démontrera la faisabilité et le réalisme..

Vous découvrirez dans ce livre blanc, l'essentiel à savoir pour lever des fonds quelles que soient votre maturité et vos ambitions.

« Innover, c'est facile. La difficulté, c'est de transformer une innovation en un vrai business. »

Michael Dell, fondateur de Dell





01

**COMPRENDRE LES PRÉREQUIS D'UNE
LEVÉE DE FONDS**

Malgré ce que les nombreux effets d'annonce sur les dernières levées de fonds pourraient nous faire penser, le travail d'un entrepreneur n'est pas de lever des fonds. Il ose, anticipe les besoins et met tout en œuvre pour démontrer la pertinence de ses idées.

Les preuves de son concept lui sont demandées, il peut s'agir de revenus via le chiffre d'affaires ou bien encore le nombre d'utilisateurs de sa solution. L'aspect financier et notamment le retour sur investissement doivent être réfléchis dès le début. D'eux dépendent les fondations mêmes du projet. Après ces préoccupations, la levée de fonds doit toujours arriver en deuxième position.

Cela étant, même si elle n'est pas une fin en soi, elle fait partie d'étapes importantes de la vie d'un entrepreneur et de son entreprise et doit satisfaire des objectifs précis.-

Les statistiques montrent la difficulté de lever des fonds. En effet, un rapport de Bannock estime que le nombre d'entreprises « innovantes » qui cherchent à renforcer leur fonds propres tourne autour des 15 000 tandis que le nombre d'opérations qui correspondent à des nouveaux investissements de la part des fonds de capital-risque ou de BA est en dessous des 1 000 par an en France.

En moyenne, chaque fonds d'investissement reçoit environ 1 500 dossiers par an mais ne fait que 3 nouveaux investissements sur la même période.

La levée de fonds est souvent assimilée à un contrat de mariage où les deux parties sont appelées à tomber d'accord sur différents termes et ainsi éviter une rupture.

La levée de fonds s'inscrit dans un moment particulier de la vie d'un entrepreneur. Elle intervient lorsque sa capacité d'autofinancement ne suffit plus pour investir dans des projets d'avenir et qu'il ne peut obtenir un prêt bancaire.



Un entrepreneur ne demande pas de l'argent auprès d'investisseurs pour le plaisir. En effet, son besoin de liquidités doit s'intégrer dans un plan de croissance avec des objectifs définis pour diverses raisons :

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

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

1

Quand aller chercher des financements ?

Souvent, des personnes investissent plusieurs k€ dans leur entreprise, la développent sans jamais chercher d'autres financements et vont voir des fonds dès qu'ils n'ont plus d'argent. Ces entreprises ont un projet déjà bien abouti mais se retrouvent bloquées.

Le développement de l'entreprise est ralenti alors que les projets sont viables et qu'ils ont du potentiel. Il est donc fondamental et indispensable de prévoir la recherche de financements en amont du projet.



Le financement-type d'une startup : un mix public/privé

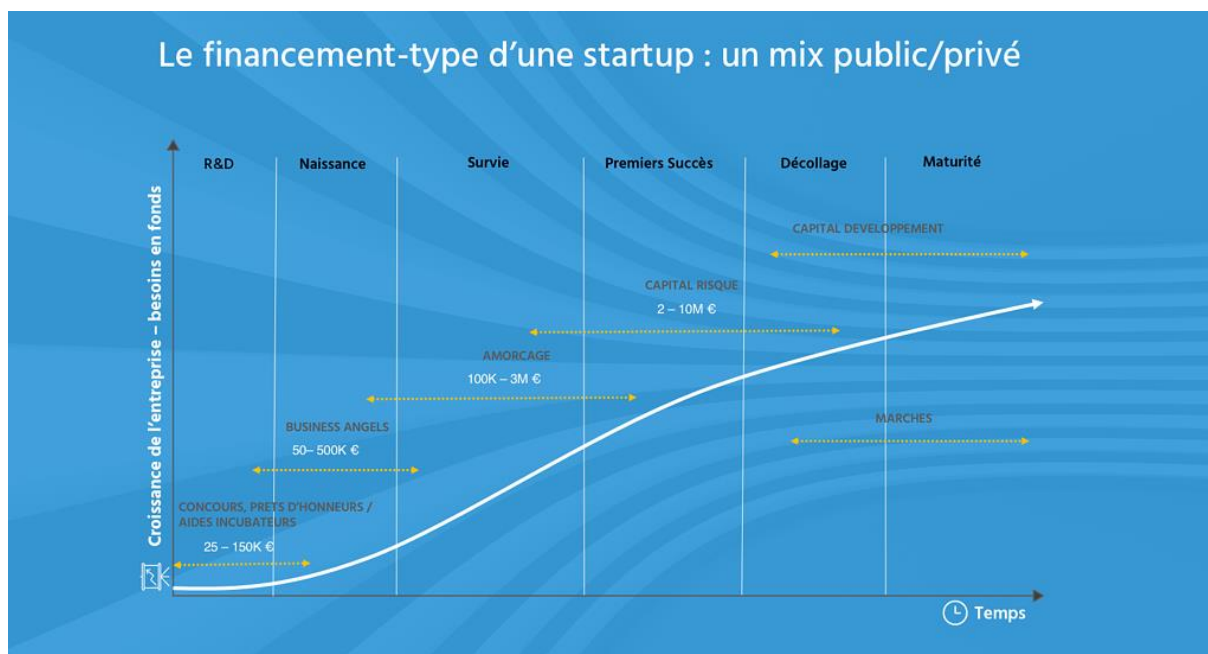


Schéma inspiré de la « chaîne » du financement au cours des étapes de la vie de l'entreprise innovante. Olivier Ezratty, Guides des Startups High-Tech en France.

Nous pouvons illustrer le financement d'une startup à l'aide d'un chameau. C'est un animal qui a deux bosses et un creux. Les deux bosses correspondent au moment où l'entreprise a du cash avec un long creux entre les deux.

Si l'on se réfère au schéma ci-dessus, la première bosse correspond à la partie gauche de la chaîne de financement soit la R&D, la Naissance et la Survie. Vous allez obtenir des fonds pour votre idée, et le début de sa mise en place. Vous pourrez lever jusqu'à quelques millions d'euros en fonction du type de projet par le biais de concours, prêts d'honneurs, Business Angels ou même VC en capital amorçage.

Le creux correspond aux premiers succès et au décollage. Vous avez déjà eu des financements mais maintenant il faut prouver que votre entreprise va se développer. Il sera plus difficile de lever des fonds à ce moment-là.

La deuxième bosse correspond à la suite du décollage et à la maturité. Vous avez démontré que votre entreprise se développe, le nombre de clients augmente, le chiffre d'affaires croît, etc... Vous pourrez alors vous tourner vers le capital développement voire les marchés financiers.

À présent que vous avez compris l'importance d'aller chercher les financements adaptés, et ce tant que vous avez des fonds propres, illustrons nos propos.

X décide de créer son entreprise. Avec le deuxième fondateur, Y, ils décident de mettre chacun 10k€, soit 20k€ de fonds propres. Ce premier apport va leur permettre de développer leur projet, de faire de la recherche & développement et, surtout de lever plus d'argent.

La première bosse

Après la création, X et Y vont aller voir les organismes qui font des prêts d'honneur ([Réseau initiative](#), [Réseau Entreprendre](#)) pour renforcer leurs fonds propres et être accompagnés car c'est la première fois qu'ils entreprennent. X et Y obtiennent 20k€ en prêt d'honneur.

Une fois que les fonds propres ont augmenté, X et Y vont se renseigner sur les aides BPI de premier rang ([Bourse French Tech](#), [Innovup](#), etc...). Cela permettra de financer la suite du développement du projet sur un programme d'un an. X et Y obtiennent 30k€ d'Innov'up.

Maintenant X et Y sont lancés ! Ils commencent à embaucher, à avoir des frais de marketing, ventes, etc... qui ne sont pas pris en charge par les aides précédentes. Il est donc temps d'aller chercher de l'argent auprès de Business Angels et des fonds de capital amorceage (mais attention aux clauses et à la dilution).



C'est le creux

Un peu plus d'un an s'est écoulé depuis le début du projet, l'entreprise commence à décoller et à obtenir du chiffre d'affaires. En revanche, son besoin de financement n'a jamais été aussi important pour pouvoir continuer à se développer.

Ses fonds propres sont élevés mais il faut maintenant accélérer et consolider son développement. X et Y peuvent prétendre à certaines aides BPI et crédits d'impôts mais il sera difficile de convaincre des investisseurs.

La deuxième bosse

La traction commerciale de l'entreprise X et Y est de plus en plus importante, le chiffre d'affaires décolle. Ils veulent partir à l'étranger pour continuer à se développer. X et Y vont retourner chercher des investisseurs et ils pourront être éligibles à des aides à l'export par BPI France et aux crédits d'impôts.

Dans la phase de recherche de financement auprès de guichets publics, l'accès au fonds se définit par deux critères :

- **Le premier, qui conditionnera un grand nombre d'aides, est les fonds propres.** En effet, les aides sont souvent limitées aux fonds propres : plus ils sont élevés, plus vous trouverez du financement. En moyenne, pour 1€ de fonds propres, il est possible d'obtenir entre 0,5 et 1€ de financement.
- **Le deuxième critère se définit par la maturité de l'entreprise et ses besoins en financement.** Certaines aides peuvent avoir des critères précis (date de création de l'entreprise, de nombre de salariés, de chiffre d'affaires, etc.). Par exemple, pour être éligible à la [Bourse French Tech](#), il ne faut pas que l'entreprise ait été créée depuis plus d'un an et à contrario, pour le [PTZI](#), il faut que l'entreprise ait été créée il y a plus de trois ans.

2

Auprès de qui faut-il lever des fonds ?

Pour commencer, il est important de comprendre les différents stades de développement d'une start-up pour comprendre vers quel type de fonds se tourner car tous n'interviennent pas au même stade. Cette première étape est primordiale en termes de positionnement/maturité et ciblage du fonds adapté.

La levée de fonds doit arriver dans la vie d'une start-up après la sollicitation de "love money" (entourage, famille, amis) ou bien quand la capacité d'autofinancement et d'endettement n'est pas suffisante pour mener à bien la stratégie.

Le crowdfunding

Le crowdfunding, ou financement participatif en français, n'est plus un simple effet de mode. Le principe amené en France par My Major Company il y a 10 ans déjà, a un temps été réservé aux domaines créatifs et artistiques. Dès ses débuts, l'ambition a toujours été de permettre à des projets, qui auraient eu des difficultés à émerger via les canaux traditionnels de financements, de voir le jour. La crise économique de 2008 que nous avons traversée a largement contribué à renforcer ce modèle de financement et aujourd'hui il existe des plateformes pour tous types de projets qu'ils soient artistiques, sportifs ou bien entrepreneuriaux.

Peu importe le niveau de maturité de l'entreprise, que ce soit une startup ou une PME bien établie, toutes peuvent avoir recours au financement participatif et trouver une plateforme qui leur est adaptée.

Aujourd'hui, certaines marques utilisent le crowdfunding pour tester un produit avant de le lancer en le proposant en prévente.



Il existe différents modèles de crowdfunding : il est important de distinguer leurs différences pour choisir la plateforme la plus adaptée à son projet.

Le financement sans contrepartie financière (reward-based crowdfunding)

C'est le modèle le plus "classique". Vous sollicitez votre communauté pour qu'elle contribue à votre campagne et en échange vous lui donnez droit à des contreparties: un pourcentage du chiffre d'affaires, remerciements, goodies... Ce modèle s'adapte très bien aux entreprises qui vendent des produits et dont la structure juridique n'autorise pas une dilution de capital optimal. Les contreparties sont toutes trouvées: votre produit ou ses déclinaisons. Et puis, comme déjà évoqué, la prévente va permettre de tester son marché pour lancer sa production.

Montants de levées possible : de 5k€ à plus de 1m€*.

Plateformes : Ulule (fr), Kiss Kiss Bank Bank (fr), KickStarter (us), Indiegogo (us)



En novembre 2018, Justine Hutteau, fondatrice du déodorant naturel Respire, lance une campagne de crowdfunding sur la plateforme Ulule en mettant son produit en prévente pour tester son marché et lancer sa production. L'initiative aura été un tel succès que ce n'est pas moins de 21018 déodorants qui seront commandés sur les 300 préventes estimées.

Source : [Ulule](https://www.ulule.com)

Le financement avec prise de participation (equity-based crowdfunding):

L'equity crowdfunding permet à des particuliers d'investir au capital des entreprises, en contrepartie les entreprises cèdent des actions aux contributeurs. C'est un modèle qui tend à se développer et qui présente l'avantage de vous mettre en relation avec des investisseurs bienveillants.

Montants de levées possibles : de 100k€ à 1m€.

Plateformes : Smart Angels, Wiseed, Bulb in Town

Le prêt participatif (lending-based crowdfunding):

Le lending crowdfunding met en relation des entreprises en recherche de financements et des particuliers ou personnes morales qui ont de l'épargne, en contrepartie les contributeurs reçoivent des intérêts. Le fonctionnement est assez similaire à celui du prêt bancaire traditionnel, mais cela à l'avantage de vous détacher des institutions bancaires et de vous rapprocher de personnes qui croient en votre projet.

Montants de levées possibles : de 10k€ à 2,5m€.

Plateformes : Lendopolis, Lendix, Unilend

Les fonds d'investissement

On lève des fonds auprès d'investisseurs réunis dans des fonds communément appelé Capital Investissement. Ils sont divisés en plusieurs catégories :

- **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 (ou Venture Capital)** intervient pour des investissements en moyenne de l'ordre de 100.000€ jusqu'à 10 Millions 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 transmission de son entreprise par étapes aux investisseurs du fonds.

Certains fonds sont en plus spécialisés: Technologie, Biotech, Medtech, etc... Il faut donc combiner tous les critères pour arriver à trouver le fonds qui correspond à votre entreprise.

Un autre facteur qui peut être intéressant à prendre en compte lors de votre levée de fonds, concerne la maturité du fonds que vous allez voir. En effet, les fonds d'investissement suivent un cycle de 10 ans. Ils investissent donc dans les premières années et cherchent à sortir de leurs participations à partir de 7-8 ans. Leurs intérêts ne sont évidemment pas les mêmes en fonction de leur maturité. Ils ont cependant un point commun : le risque de dilution.

À la différence des Business Angels, les fonds d'investissements ont pour intérêt principal le retour sur investissement. La prise de participation des investisseurs dans votre entreprise dépendra donc du montant investi, de la négociation et du risque pris.

La France est le deuxième pays européen derrière le Royaume-Uni en termes de montants levés avec 1,24 Md€ levés au premier semestre 2017 et le premier en termes d'opérations réalisées avec 235 opérations réalisées au premier semestre 2017.*

*Source : [La Tribune](#), septembre 2019



02

PRÉPARER UNE LEVÉE DE FONDS

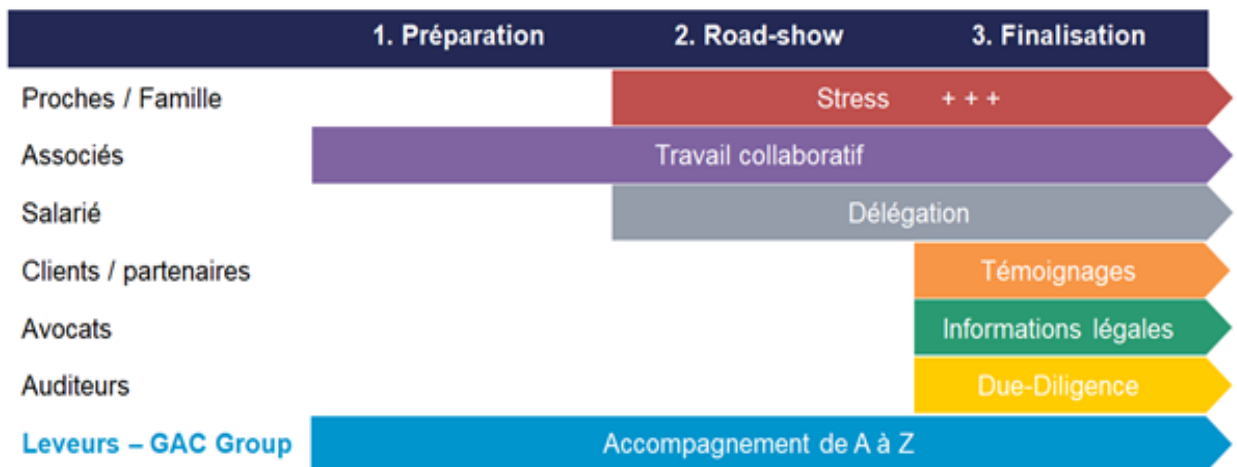


1

Comment aborder une levée de fonds ?

Dans quel état d'esprit aborder une levée de fonds ?

La levée de fonds ne peut être abordée à la légère. Elle doit calibrer les besoins futurs de l'entreprise en respectant un planning très strict. Cette tâche est dense, chronophage et surtout vous pousse à être au top de vos capacités intellectuelles et relationnelles. Ses incidences sur l'activité et même sur la vie personnelle peuvent être néfastes. C'est pourquoi sa préparation suffisamment en amont fait la différence.



Parcours d'une levée de fonds pour un dirigeant d'entreprise

Si la levée de fonds peut être un formidable outil pour accélérer la croissance d'une entreprise, elle peut aussi devenir une machine à tuer. **Comme le dit Sam Altman de Y Combinator : « You should care more about good investors than good valuations ».** Lever de l'argent auprès d'investisseurs est une affaire d'humain.



D'un côté, l'investisseur doit être foncièrement intéressé par l'entrepreneur et son projet, et de l'autre l'entrepreneur doit être franc et transparent avec l'investisseur. Pour créer une relation forte avec leurs investisseurs, de nombreux entrepreneurs échangent régulièrement de vive voix avec eux (nouveaux produits, analyse des métriques etc.) et n'hésitent pas à les consulter pour avoir leurs opinions et bénéficier de leurs expériences.

Il faut garder à l'esprit que de nombreuses levées de fonds ont causé la faillite d'entreprises ou des ruptures de pactes d'actionnaires. La communication avec les investisseurs est donc vitale. Vos futurs investisseurs doivent devenir vos partenaires. Chaque élément montrant la réussite de votre entreprise doit leur être communiqué, cela ne pouvant que renforcer votre relation.

Quels sont les indicateurs clés à mettre en avant ?

En prenant en considération le nombre de demandes de financement reçues, il est facilement compréhensible que le temps passé par les analyses sur la lecture d'un dossier dépasse rarement les 15 minutes. C'est pourquoi il faut adapter son langage à chaque interlocuteur en fonction de son profil et de sa sensibilité, plutôt technique, marketing, financière. Trop souvent les business plans se cantonnent aux indicateurs "classiques" tels que fonds propres, haut et bas de bilan, EBE etc. Mais la mise en avant de Key Performance Indicators essentiels à votre secteur tels que le nombre d'users, le taux d'attrition (churn), le coût d'acquisition client, et ses dérivés sont trop souvent négligés. Bien entendu, démontrer que la traction va faire tripler le chiffres d'affaires et que le point mort se situe en N+4 est important mais la différenciation entre les dossiers repose sur les petits détails.

Par exemple pour une entreprise B2C de l'internet, les Key Performance Indicator (KPI) peuvent correspondre à des utilisateurs captés. Mark Zuckerberg est arrivé à faire son premier tour de table de \$500 000 auprès de Peter Thiel en se concentrant sur ces métriques : l'engagement utilisateur, le trafic utilisateur et la croissance. Pour une entreprise B2B, la signature de premiers contrats sera vitale pour se crédibiliser face à des investisseurs.





Un financier n'investira jamais uniquement sur la base d'un PowerPoint et de discours d'entrepreneurs inspirés. Il lui faudra des indicateurs solides auxquels il pourra se fier et qu'il pourra utiliser pour convaincre ses autres associés car oui, les décisions finales sont prises en comités.

Comment contacter un investisseur ?

Un investisseur classique reçoit quotidiennement des business plans de start-up à la recherche de financements par email. Son attention va se porter sur des business model qui lui plaisent ou les entreprises avec lesquelles il a déjà travaillé ou encore avec des secteurs dont il est familier.

Se renseigner sur les investisseurs et leurs manières d'investir est primordial. Cependant, il faut savoir que la majorité des deals ne se réalisent pas par de l'envoi d'emails à froid mais par de la recommandation et de la mise en contact entre entrepreneurs et investisseurs. Il est important de réseauter, d'intégrer des incubateurs/accélérateur ou encore de demander conseil à des spécialistes pour permettre la mise en relation.

Quel est le meilleur moment pour lever des fonds ?

Lever des fonds peut prendre entre 6 et 9 mois. En fonction des périodes de congés, jours fériés, les mois les plus prometteurs pour commencer à rechercher des investisseurs sont les mois de septembre et janvier.

Concernant la gestion de votre entreprise, le meilleur timing pour effectuer cette levée de fond s'inscrit entre le moment où votre produit est entré en adéquation avec votre marché (product market fit) et celui où la croissance commence à décoller. Avant cela un investisseur ne sera pas intéressé et il faudra se tourner vers d'autres sources de financements (love money, Business Angels etc.).





La levée de fond doit être envisagée lorsqu'on a besoin d'accélérer sa croissance et sa technologie. Si cette idée d'hyper croissance n'est pas l'objectif principal de la levée, il vaut mieux la laisser de côté et se concentrer dans l'amélioration de ses métriques pour revenir par la suite.

2

Comment valoriser son entreprise ?

La recherche de potentiels investisseurs est toujours un moment à forte intensité émotionnelle pour un entrepreneur souhaitant valoriser son entreprise.

Miser sur l'humain

Avant d'analyser toute proposition de valeur ou études de marchés assurant de potentiels retours sur investissement, un investisseur va tout d'abord s'intéresser à l'équipe qui compose cette entreprise. C'est-à-dire les compétences et expériences des individus (Business, Tech, créatif, etc ...) mais aussi leur personnalité (leur agilité d'esprit, leur capacité à résoudre des problèmes complexes).

Le courant ne peut passer qu'après de nombreuses rencontres et échanges avec ces potentiels investisseurs. Cette étape est vitale. Un investisseur recherche avant tout des personnalités dotées de compétences car il sait que la réussite de son investissement va dépendre des tempéraments sur lesquels il investit : il recherche une cohérence et une complémentarité des personnalités et des compétences.

La recherche de traction (adéquation entre le marché et le produit) n'est possible qu'avec des personnalités capables de s'ouvrir aux compétences des autres.





Impressionner

Un rendez-vous avec un investisseur est une occasion de l'impressionner sur votre entreprise. Cela passe par plusieurs ingrédients explosifs :

Vous devez tout d'abord être porteur d'une promesse : vous lui apportez une bonne nouvelle quant à votre capacité à impacter un marché ou un de ses secteurs. Il doit être capable d'imaginer l'intérêt que le consommateur portera à cette nouvelle solution.

Mais cette nouvelle promesse qui se matérialise par une nouvelle solution ne suffit pas. **Il faut que cette dernière soit empreinte d'un idéal qui vous est propre. Cet idéal doit être radical et doit amener vos premiers usagers à adhérer à votre vision du monde.** Le projet Tesla d'Elon Musk se nourrit d'une vision du monde où l'énergie électrique remplacerait celle de l'or noir grâce à des dispositifs éoliens et solaires. Elon Musk propose, à travers ses solutions de transport de stockage de l'énergie électrique, une autonomie énergétique l'autosuffisance énergétique à ses utilisateurs. Proposer un idéal de vie par l'intermédiaire du produit ou du service de son entreprise est peut-être l'une des plus grandes forces pour garantir sur le long terme.

Connaître

Il faut être capable de se différencier des autres personnes pouvant être sur le même marché. Se distinguer de la concurrence ne veut pas forcément dire trouver un avantage comparatif comme une grande entreprise pourrait le faire (jouer sur les coûts ou sur la qualité) mais de proposer une offre insufflant un vent nouveau. Cette nouvelle solution devra démontrer le potentiel de changement qu'elle recèle et sa capacité à se concrétiser dans l'avenir...

Votre offre devra permettre de solutionner des problèmes (gains en temps, optimisation des coûts, utilisation plus fun et plus simples etc.) L'investisseur devra être en capacité de percevoir cette solution novatrice et de juger par lui-même de la proposition de valeur pour l'acquéreur.





Une bonne connaissance du marché est un point important que doit acquérir l'entrepreneur. Il devient de plus en plus difficile de devenir légitime en lançant une entreprise sur un secteur que l'on ne connaît qu'à travers des études de marchés et des informations partielles de ce genre. Ces données ne sont pas exhaustives et n'intègrent pas toutes les clés et les grilles de lecture pour comprendre un marché (règles tacites, jeux et intérêts des acteurs à intégrer vos solutions) ...

Pour parfaire sa connaissance du marché que ce soit en BtB ou BtC, avoir travaillé dans le secteur permet un meilleur accès à l'information et aiguisé la capacité d'activation du réseau adéquat. Avant de créer Salesforce, et de posséder une entreprise concurrençant Microsoft, le créateur Marc Benioff avait travaillé chez Oracle pendant plus de 13 ans.

Rassurer

Il est important de rassurer un investisseur grâce aux actions que vous souhaitez mettre en place pour arriver à un début de traction ou améliorer la scalabilité. Ces actions passent par des plans marketing, commerciaux et de communication. L'important est de transcrire les résultats obtenus grâce à vos métriques.

L'utilisation d'indicateurs de performance demande une grande capacité d'abstraction et d'ancrage sur la réalité pour résoudre des problèmes concrets.

L'objectif d'un investisseur est d'obtenir des performances financières futures : il aura donc toujours tendance à minimiser la valorisation de l'entreprise afin d'obtenir le plus grand différentiel entre son investissement et la valeur de ce dernier lorsqu'il se retirera du capital de l'entreprise.





Pour montrer aux investisseurs votre capacité à optimiser votre performance tout en la mesurant, votre deck de slides doit comporter au maximum une dizaine de slides et ces différents aspects :

- Proposition de valeur et vision du monde
- Résolution d'un problème
- Marché cible et opportunités
- Solution proposée
- Modèle économique ou captation de revenus
- Traction & Validation de votre plan (Roadmap)
- Stratégie commerciale, marketing et de communication
- Équipe
- Modélisation financière des prochaines années
- Concurrence et offres similaires
- Investissement et utilisation des fonds

Tous ces éléments doivent être présentés de manière claire et concise. Les investisseurs ont aussi besoin de savoir que vous avez une vision à long terme des investissements et changements que vous allez devoir effectuer au fur et à mesure que la start-up grandira.



Prenez exemple sur le premier pitch deck d'Airbnb présenté aux investisseurs. Simple et ludique, ce deck fait partie de la réussite de cette start-up aujourd'hui valorisée à 30 milliards USD.

Source : [Business Insider](#)



FINANCE



03

LES DOCUMENTS NÉCESSAIRES À LA LEVÉE DE FONDS



1

Comment transformer son pitch deck en succès ?

Les erreurs les plus courantes

La forme est le fond qui remonte à la surface

Il ne faut pas se perdre dans un pitch deck trop long et trop riche en informations. Chaque slide doit apporter un élément d'argumentation clair et précis explicitant pourquoi votre projet mérite d'être financé.

L'investisseur Guy Kawasaki propose de suivre la règle des "10/20/30" pour réaliser un pitch deck calibré pour la réussite d'une levée de fonds.

Selon lui, un pitch deck doit pour lui être composé de 10 slides, nécessitant 20 minutes de présentation orale et utiliser une police de caractères égale ou supérieure à 30. Ce principe des "10/20/30" donne une tendance à suivre pour ne pas construire un pitch deck trop éloigné des attentes des investisseurs.

Lorsque vous réalisez une levée de fonds pour la première fois, votre projet entrepreneurial est encore à un niveau de développement balbutiant et précaire. Il n'est donc pas nécessaire d'être trop exhaustif sur votre produit car il peut être amené à évoluer. Il n'est pas non plus nécessaire de réaliser un plan de financement trop complexe comprenant trop de variables planifiées.

Une start-up est un modèle d'entreprise précaire en recherche d'un business rentable et reproductible.



Transformer ou fausser volontairement des informations

Un investisseur est un bourreau d'informations et de métriques. Il veut tout savoir sur vous, et y arrivera dans tous les cas avec ou sans votre aide. Il est donc primordial de s'en tenir à la stricte vérité lors des nombreux échanges et présentations que vous aurez à lui faire. Ainsi, il n'est pas approprié dans votre quête de levées de fonds d'essayer d'embellir grossièrement un chiffre ou d'omettre de donner des informations.

Il faut argumenter toutes vos slides à l'aide de données tangibles. Il est préférable de réaliser un pitch deck de 10 slides bien argumentées plutôt que 15 ou 20 slides mal argumentées où l'objectif aura été uniquement de faire du remplissage et faire figurer les éléments que l'on donne comme référence. Par exemple si vous avez des partenaires, il faut qu'ils soient stratégiques pour votre start-up, dans le cas contraire il n'y a aucun intérêt à les faire figurer.

Les investisseurs aiment les équipes de fondateurs intelligents qui ont la capacité d'être performants et percutants dans la présentation de leur deck tout en dégagant de la convivialité et en démontrant des personnalités ouvertes aux autres.

La slide du business model n'est pas assez élaborée

Souvent, la slide du business model est la moins élaborée, et pourtant c'est l'une des diapositives les plus importantes. Vous pouvez avoir une excellente idée, mais cela ne suffit pas si vous aspirez à la construction d'une grande entreprise.

Une start-up étant une entreprise en recherche de business model reproductible, ce dernier doit être simple, compréhensible rapidement et se focalisant sur une source de revenu. Par exemple, les plateformes comme Airbnb se financent sur un élément : la commission (pourcentage) de la location d'un bien immobilier pour une période courte.



Les erreurs les moins courantes

Les entrepreneurs ne disent pas assez qui ils sont réellement : ne jouez pas un rôle !

La présentation d'un pitch deck doit être un moment unique pour montrer qui vous êtes et pourquoi par votre culture d'entreprise, les compétences et les personnalités qui composent votre team vous pouvez faire mieux que vos concurrents.

Utilisez une argumentation et l'humour qui vous correspondent. Tout ce qui est dit et explicité dans votre pitch deck doit réellement montrer qui vous êtes (culture d'entreprise, ambition et vision etc...) Ne réalisez pas un pitch deck semblable à tous les autres faisant de vous un simple clone d'autres entrepreneurs sur votre marché.

Les entrepreneurs ne montrent pas assez de quoi ils sont capables : ayez confiance en vous !

Une autre faiblesse due à la relative jeunesse du projet entrepreneurial est le fait qu'il faille être en mesure de le défendre corps et âme, très rapidement. Il faut accepter que le pitch deck soit votre reflet durant les prochains mois. Rassurez-vous ! Un pitch deck est un travail de longue haleine où vous aurez à ajuster et calibrer vos arguments pour les rendre plus pertinents.

Pour réellement avoir un impact sur votre auditoire, n'hésitez pas à revenir régulièrement sur votre pitch deck. Pour ce faire, il est important de laisser reposer votre travail puis d'y revenir plus tard avec de nouvelles idées et de nouveaux arguments. La simplicité de votre présentation et la faisabilité de votre projet seront ainsi améliorées.



Nos astuces pour garantir le succès de votre pitch deck

Il est important d'être bien entouré et de ne pas hésiter à présenter son pitch deck à son entourage et des personnes extérieures. Vous aurez ainsi un avis neutre et une prise de recul nécessaire pour être le plus impactant possible lorsque vous le présenterez de nouveau.

Chaque information ou argument utilisé dans votre pitch aura son importance. Les erreurs formulées précédemment doivent être analysées et vous devrez en tenir compte afin de réaliser un pitch deck qui vous permettra de passer les étapes suivantes dans votre levée de fonds.



2

Quel aspect juridique privilégié ?

Au cours de la croissance de votre entreprise vous avez fait beaucoup de choses, et cela vous a sûrement appris ce que vous cherchiez. Mais surtout, cela a nécessité que vous changiez la forme de votre entreprise. Celle-ci se décline principalement dans deux documents juridiques : les statuts et le pacte d'associés.

Une question se pose alors: lorsque je souhaite modifier le fonctionnement de mon entreprise, est-il préférable que j'insère de nouvelles clauses dans le pacte d'associés ou dans les statuts de mon entreprise ?

Tout dépend de la forme juridique de votre entreprise (SARL, SAS, EURL), des nouvelles clauses que vous souhaitez ajouter (le domaine dans lequel votre entreprise évolue) mais aussi du contexte (entrée de nouveaux actionnaires dans votre capital, sortie du capital d'un des associés, etc...).

Les statuts d'une entreprise sont déposés auprès du greffe du Tribunal de Commerce où les informations essentielles de votre entreprise sont inscrites. Le pacte d'associé, quant à lui, est un contrat privé qui régit le fonctionnement de la société dans de nombreux domaines. Contrairement aux statuts, c'est un document facultatif.

Quel type de clause dans les statuts et dans le pacte d'associés ?

Dans les statuts, il est préférable d'insérer tout ce que vous souhaitez voir opposable aux tiers, c'est-à-dire applicable à tout le monde, même aux personnes physiques ou morales qui ne sont pas concernées directement par les statuts de l'entreprise comme par exemple : les futurs actionnaires.



À ce titre, il est judicieux d'inscrire dans les statuts toutes les règles concernant les mouvements de titres, les changements de majorité ou les sorties conjointes. Cela permettra de sécuriser les mouvements de votre actionnariat et d'éviter un désordre qui pourrait nuire à vos intérêts en tant que dirigeant d'entreprise.

Dans le pacte d'associés, nous vous conseillons d'inscrire toutes les règles relatives au fonctionnement de votre société : la gouvernance, les clauses de non-concurrence, et l'information des associés. Ces caractéristiques sont nécessaires à mentionner car elles sont amenées à évoluer au fur et à mesure que votre société grandira et que le pacte obéit au principe de liberté statutaire. Autrement dit, dès lors que tous les signataires sont d'accord, vous pouvez ajouter les clauses que vous voulez. En effet, la réglementation ne fixe aucun cadre propre au pacte d'associés. Ainsi, vous pourrez modifier facilement ces clauses tout au long du développement de votre société.

Les 4 critères pour vous aider à décider de l'emplacement de nouvelles clauses

Après avoir donné une idée globale sur la manière de répartir les différentes clauses entre les deux documents, nous allons vous fournir des critères plus précis que vous pourrez utiliser pour répartir les clauses au cas par cas.

La facilité de modification du document juridique.

Les clauses présentes dans les statuts sont par nature plus faciles à modifier pour la simple et bonne raison que la décision de modification est prise selon une majorité définie dans les statuts (on parle de quorum). Ainsi, vous pouvez modifier/ajouter/abroger une clause à l'encontre d'une certaine minorité, ce qui n'est pas possible dans un pacte d'associés étant donné que les décisions sont prises à l'unanimité.



La flexibilité réglementaire des documents.

Les statuts sont soumis à certains principes fixés par le code du commerce. Par exemple, il est obligatoire d'y inscrire:

- l'identité des personnes morales et physiques signataires,
- l'identité des premiers dirigeants,
- la forme sociale de l'entreprise,
- le montant du capital social,
- les organes sociaux et le schéma de décision collective des associés.

Vous trouverez tous ces impératifs sur le site Infogreffe.fr. Ainsi, du fait de la pression réglementaire, inscrire certaines clauses dans les statuts peut mettre votre société en difficulté. Inversement, la réalisation d'un pacte d'associés est tout à fait libre. Le seul impératif est que ce contrat soit réalisé sur du papier libre et que les signatures de toutes les personnes auxquelles s'appliquent les normes inscrites y soient apposées.

Il sera préférable d'inscrire dans le pacte d'associés une clause dont l'on souhaite que l'application soit à la seule connaissance des signataires, pour le potentiel conflit juridique qu'elle recèle avec les autres parties prenantes de l'entreprise. Ex: les règles liées à la nouvelle politique d'investissement.

La transparence des documents.

Les statuts sont un document public et chacun peut, contre une certaine somme, se les procurer auprès du Tribunal de Commerce. Dans ce cadre, une clause qui révèle les choix stratégiques de l'entreprise et qui pourrait être utilisée contre l'entreprise par ses concurrents devra plutôt être inscrite dans le pacte d'associé.

Le pacte d'associés circule uniquement entre les signataires et n'a pas vocation à être diffusé outre-mesure. Vous pouvez l'utiliser pour fixer les règles relatives à votre politique de croissance interne ou externe par exemple.

CONCLUSION

La levée de fonds est une **démarche longue et engageante** qui peut durer jusqu'à 1 an et doit s'intégrer dans un plan de croissance avec des objectifs définis. C'est un projet à « plein temps » qui demande une vraie **stratégie et de l'anticipation**.

En plus d'un investissement financier, l'objectif premier du chef d'entreprise sera de trouver un fonds d'investissement ou des investisseurs qui seront de vrais partenaires qui contribueront au développement de l'entreprise en apportant des compétences, des contacts, des conseils précieux et une forte expertise.

De par notre historique et retours d'expériences de notre écosystème et partenaires, nous sommes aperçus que **beaucoup d'entrepreneurs commençaient leurs recherches de partenaires financiers avec des documents jugés incomplets ou bien trop superficiels rendant tout accompagnement inefficace et l'obtention de financements quasi-impossible**.

GAC Group a su développer une sensibilité accrue aux problématiques du financement de l'innovation depuis plus de 17 ans. Nous partageons avec les acteurs clés de l'écosystème de l'innovation un objectif commun de participer à la croissance des entreprises qui font de la France une nation d'entrepreneurs. C'est la raison pour laquelle, nous disposons d'expertises clés dans la structuration de votre projet grâce à notre offre **Marketing de l'Innovation**, combinée à un accompagnement spécifique à la levée de fonds.

Notre objectif est triple et vous permet :

- de tester vos stratégies et vos prévisions tout en optimisant votre temps
- d'être prêt à présenter votre projet dans les meilleures conditions
- de rencontrer par notre intermédiaire des fonds d'investissements en adéquation avec votre philosophie et votre projet pour vous faire gagner du temps

GAC Group figure parmi les 10 acteurs référencés par Usine Nouvelle pour son accompagnement global sur toute la chaîne de l'innovation.

REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier les personnes ayant participé à la rédaction de ce livre blanc



Laurent Lecanu
Responsable
Financements privés



Emeline Brungard
Consultante
Financements privés

Un remerciement particulier à



Thomas Bascaules
Directeur Général
Agence Développement Économique
Région Occitanie



GAC
GROUP

GAC Group est un cabinet international de conseil en innovation et performance, qui accompagne les entreprises dans quatre grands domaines d'expertise : Conseil en Innovation, Ressources Humaines, Fiscalité, Cybersécurité & conformité.

GAC compte 200 collaborateurs et 16 bureaux dans le monde dont 9 en France (Bordeaux, Lille, Lyon, Montpellier, Nantes, Nice, Paris, Strasbourg, Toulouse).

E-mail : contact@group-gac.com

Site : www.group-gac.com

Tél : 01 44 82 20 20

© Tous droits réservés - GAC Group