

Start me up!

Créatif, innovant, dynamique, insouciant, agile, jeune, impitoyable. Le monde des start-up ne manque pas de qualificatifs pour le définir. Si il fait indéniablement partie du monde de l'entrepreneuriat, il garde toutefois, volontairement ou involontairement, une dimension à part. L'état d'esprit, le mode de financement, la prédominance des nouvelles technologies font de l'univers de la start-up une communauté un peu sectaire. S'y débattent des idées portées par de jeunes pousses pleines d'énergie et quelques grands argentiers à l'affût du projet qui contribuera à créer les usages de demain. Mais qui sont donc tous ces acteurs qui participent à leur façon au dynamisme économique de l'Hexagone ?

Par Patrick Lenormand



L'esprit start-up est toujours vivant

Les start-up sont-elles encore d'actualité? Si la plupart de ces entreprises créées avec l'avènement des nouvelles technologies ont aujourd'hui disparu, l'esprit start-up perdure. Et avec lui, un goût particulier d'entreprendre. Quelles sont les motivations qui animent cette activité économique à part, toujours fragile mais jamais en manque d'idées neuves?

La réponse par ceux qui en sont les acteurs.

Par Patrick Lenormand

Ça bouillonne chez les start-up

Résultats de l'étude Ernst & Young réalisée sur un panel de 108 sociétés financées par le capital-risque entre 2010 et 2011.

Rapport sur l'évaluation du dispositif JEI entre 2005 et 2009 (septembre 2012).

+24%

Croissance des effectifs

+33%

Chiffre d'affaires

32 ans

Âge moyen des collaborateurs

42 ans

Âge moyen des dirigeants

2 000

emplois créés parmi les entreprises labellisées Jeunes entreprises innovantes (JEI)

87%

de CDI

2,6

Ratio entre le salaire moyen et les salaires les plus hauts

Nées de l'émergence des nouvelles technologies il y a une quinzaine d'années, les start-up ont survécu à l'éclatement de la bulle Internet des années 2000, au moins dans leur esprit. Le goût d'entreprendre, souvent à partir d'une idée simple, l'envie d'apporter des services et des solutions au plus grand nombre, les réseaux formels ou informels d'entraide et de financement, le sens du rebond sont toujours bien présents.

L'appellation même de start-up a-t-elle toutefois toujours le même sens? Ce qui subsiste aujourd'hui, c'est peut-être simplement l'idée neuve ou la réexploitation originale d'une idée qui a fait ses preuves. « Une start-up, ça reste selon moi une structure simple, avec un ou deux ingénieurs qui viennent présenter des projets innovants », explique Gabriel Viellard, créateur de SNV, ancêtre de Mappy et aujourd'hui investisseur. L'industrialisation, la « digitalisation » d'une bonne vieille recette peut tout à fait faire l'affaire, dans tous les sens du terme : des réussites comme Meetic ou Le Bon coin

en témoignent. Patrick Robin, créateur de l'agence de communication digitale 24h00, va plus loin et évoque un critère distinctif des start-up : leur mode de développement. « Dans une start-up, le développement est assez particulier : le mot d'ordre est la croissance avant tout, la rentabilité peut attendre. C'est risqué mais calculé : cette stratégie de croissance forte, exponentielle, vise une prise de marché rapide permettant ensuite d'atteindre la rentabilité. »

CROISSANCE ET MATURITÉ

Depuis les années 90, le milieu des start-up s'est plus standardisé. Le regard des gens s'est également transformé au fur et à mesure que l'usage des technologies numériques est entré dans les mœurs. Sur le terrain, Corinne Delaporte, co-créatrice de la lettre *Stratégie Internet* et de Benchmark Group, aujourd'hui conseil en développement et investisseur, constate également une évolution : « Les projets sont moins techno et on y voit plus de femmes, remarque-t-elle. »



UN CRÉATEUR DE START-UP DOIT POSSÉDER UN CERTAIN NOMBRE DE QUALITÉS : **HUMILITÉ, ÉCOUTE, ANALYSE, TÉNACITÉ ET FLEXIBILITÉ.**

Michel de Guilhermier,
Fondateur et président de L'Accélérateur, incubateur de start-up.



L'ESPRIT START-UP, SELON MOI, SE CARACTÉRISE PAR DEUX MOTS : PASSION ET AMBITION.

Jérôme Masurel,

Investisseur et co-fondateur d'Investir en direct.
Initiateur du programme 50 Partners.

►► *Et aussi plus de start-up en province. À Nantes, par exemple, il y a des locomotives comme Matériel net, Lengo ou e-advize et des entreprises prometteuses comme Mandala Games ou Intuiti. Les régions souffrent toutefois d'une pénurie de main d'œuvre qualifiée comme les développeurs.* » Pour Michel de Guilhermier, entrepreneur, investisseur et fondateur de l'incubateur L'Accélérateur, les fondamentaux restent pourtant les mêmes : « *En quinze ans, la techno a avancé et on peut créer pour moins d'argent, mais sur le fond les problématiques restent toujours les mêmes. Il faut imaginer un produit qui séduise un marché, et se débrouiller pour le faire de façon rentable, et ce, mieux que la concurrence... qui est encore plus présente car l'information circule très vite !* »

ÉCOUTE, TÉNACITÉ ET « SENS DU PIVOT »

Les start-up reposent également – et avant tout – sur des individus aux qualités bien affirmées. Selon Michel Guilhermier, les qualités humaines nécessaires pour se lancer dans ce genre ►►

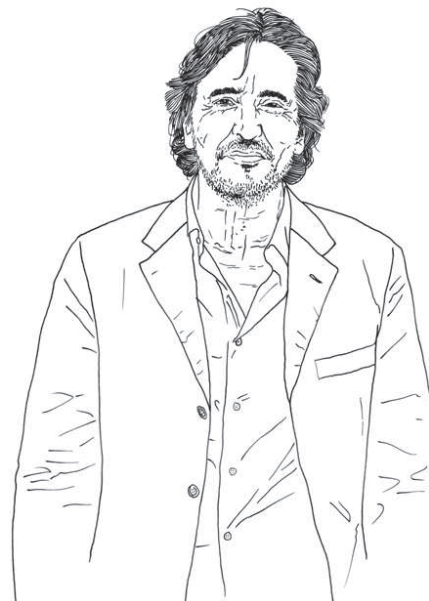
La culture de l'échec

Au creux d'une erreur se cache souvent une leçon...

Les entrepreneurs, et notamment les créateurs de petites structures comme les start-up, le savent bien : à cette échelle, l'erreur se paie cash. Ne pas persister dans une mauvaise direction, être assez humble pour reconnaître qu'on s'est trompé et savoir « pivoter », changer parfois du tout au tout son modèle, est une nécessité et une chance de repartir plus fort.

Cette approche positive de l'erreur est le fondement même des *Fail Conferences* (dites *FailCon*). On peut aussi se tromper en ayant raison trop tôt. Philippe Collombel, avec Goojet, avait inventé l'application mobile dès 2007. L'iPhone a rafflé la mise quelque temps après, l'obligeant à se recentrer avec bonheur sur d'autres besoins comme la curation avec *Scoop.it* !

« *On peut tout changer dans une société, sauf l'entrepreneur et les investisseurs* », confie-t-il. L'esprit anglo-saxon a depuis longtemps intégré cette culture de l'échec. De l'autre côté de l'Atlantique, les Américains l'intègrent à leur démarche d'entreprise : pour eux, on n'est pas un véritable entrepreneur tant qu'on n'a pas connu l'échec... et qu'on ne l'a pas surmonté.



CE QUI CARACTÉRISE LES START-UP, C'EST LEUR MODE DE DÉVELOPPEMENT : LE MOT D'ORDRE EST LA CROISSANCE AVANT TOUT, LA RENTABILITÉ PEUT ATTENDRE.

Patrick Robin,

Fondateur et PDG de l'agence de communication digitale 24h00.

►► d'aventure sont multiples : « *Un entrepreneur, et particulièrement un créateur de start-up, doit faire preuve d'humilité, de capacité d'écoute et d'analyse, de ténacité et de flexibilité. Cette dernière qualité est d'autant plus précieuse dans un univers où il faut constamment savoir s'adapter et retravailler son modèle économique.* » Une souplesse intellectuelle que Richard Menneveux évoque par la métaphore du Rubik's Cube (voir interview p. 104), pour illustrer la nécessité, dans ces entreprises souvent fragiles, de savoir tourner et retourner son projet dans tous les sens. Patrick Robin nomme cette capacité « le sens du pivot » et l'illustre par son expérience personnelle : « *Il faut savoir mettre son orgueil dans sa poche et changer si nécessaire son business model du tout au tout, admet-il. C'est ce que nous avons fait avec notre start-up, 24h00. Au départ, nous étions partis pour être une société de vente privée et de e-commerce. Cela s'est révélé être une erreur. Nous avons donc transformé 24h00 en agence de communication digitale.* »

Si la première des qualités nécessaires pour un entrepreneur reste l'envie, elle ne fait cependant pas tout. « *Bien réussir en entrepreneuriat, c'est n'avoir peur de rien*, affirme Corinne Delaporte. *Mais avoir seulement l'envie de réussir sans avoir de produit, c'est prendre le problème à l'envers ! Il faut avoir une vision très claire de ce que l'on ►►*

Le camping, des start-up cultivées sous tente

Imaginez une tente collective plantée au beau milieu de Paris et sous laquelle s'active toute une tribu de start-up : vous êtes au Camping, un « accélérateur de jeunes pousses » selon l'expression maison. Le principe, lancé en 2011 par Alice Zagury et son équipe, est la première structure du genre en France. Le principe en est simple : chouchouter pendant six mois des projets soigneusement choisis et leur permettre d'aller de l'idée au business. Les équipes sélectionnées ont à leur disposition un espace de travail, des conseils délivrés par une soixantaine de « mentors » spécialisés dans le développement des start-up et une méthodologie en deux temps. Au bout des trois premiers mois, l'équipe de la start-up doit présenter une démo à un parterre de plus de 100 investisseurs ; après ce Demo Day, elle participera à un Media Day, une présentation publique avec 1 000 personnes (investisseurs, innovateurs, leaders, entrepreneurs, journalistes). La première promotion a vu naître Poutsch, un réseau social pour exprimer et collecter de l'opinion, Veez.io, un site qui permet d'affiner ses recherches de vidéo sur Internet ou encore Jellynote, une plateforme d'apprentissage de la musique. Pour ces projets sélectionnés, l'aventure ne s'arrête pas à Paris : les équipes partiront à Berlin et à Londres lever des fonds. Il faut bien un jour sortir de la tente...

Les influenceurs : la start-up passe à la télé

Lancée en juin 2012, la websérie « Les influenceurs » propose de suivre l'aventure de sept start-up* en plein développement et de partager l'analyse et les commentaires de plusieurs experts de la communication et du Web. Conçue à la manière d'une realTV, on découvre ainsi de l'intérieur les modes de fonctionnement de ces start-up, leur singularité, leurs choix stratégiques, leur mode de communication, leurs ambitions et leurs craintes. Une façon de lever le voile sur ce monde qui paraît parfois obscur et de montrer que la vie de l'entrepreneuriat n'est pas un long fleuve tranquille...

* Minute Buzz, Mandala Games, Faguo, Leetchi, Jimmy Fairly, KissKissBankBank et 1000110.



UNE INITIATIVE COMME "100 000 ENTREPRENEURS" PERMET UNE SENSIBILISATION À L'ENTREPRENEURIAT DANS LES ÉCOLES.

Michael Copsidas,

Entrepreneur (Guides Online, Le Guide.com, EcoGeste, 1001 stages) et investisseur (Network Finances, Pléiade Venture).

► veut développer. Mieux encore, en avoir un besoin personnel. Si l'entrepreneur est le premier demandeur, le premier client du service qu'il propose, il en sera d'autant plus convaincant. »

UN ENVIRONNEMENT TRÈS FAVORABLE

Ces qualités, les « start-upers » ne pourraient pleinement les exploiter sans un environnement favorable. L'Hexagone semble constituer un terrain des plus propices à l'émergence de ces entreprises, comme l'explique Gabriel Viellard : « L'écosystème en France est très favorable au développement de ces projets : aides diverses, crédit impôt recherche. Cette dynamique est très bonne, il faut tout faire pour ne pas la casser. » Les besoins en financement, moins importants que dans les années 90, s'inscrivent dans une logique spécifique que décrit Patrick Robin : « C'est une chaîne qui part des économies du fondateur, fait ensuite appel à des capitaux extérieurs type business angels pour l'amorçage, puis se tourne vers des structures de capital-risque et de capital développement. »

Les structures d'investissement sont d'autant plus compréhensives qu'elles sont souvent animées par d'anciens « start-upers » et alimentent l'écosystème. « Pour repérer les start-up à fort potentiel, nous recevons la plupart des projets que nous ►



LES BESOINS EN FINANCEMENT SONT MOINS IMPORTANTS QU'AUPARAVANT CAR LES NOUVELLES TECHNO ONT PERMIS DE RÉDUIRE SENSIBLEMENT LES COÛTS DE L'AMORÇAGE.

Gabriel Viellard,
Créateur de SNV devenu Mappy, co-fondateur et PDG de Adventori (publicité géolocalisée).

► retenons par recommandation de notre réseau, nous dit Jérôme Masurel. Notre groupe d'entrepreneurs et d'investisseurs connaît nos critères de sélection et nous transmet les projets qui lui semblent les plus pertinents. Nous rencontrons alors les plus prometteurs pour les accompagner. » Ces mécanismes de repérage et de financement des start-up se combinent à de multiples structures d'entraide. Entrepreneur et investisseur, Michael Copsidas détaille cette dynamique : « Les acteurs du secteur essaient de faire émerger les nouveaux entrepreneurs par toute une série d'initiatives favorisant l'entraide : repérage, mutualisation des contacts et des compétences, accompagnement dans la durée, aide au développement. Ces initiatives sont multiples et lancées parfois par des écoles comme l'Essec. J'ai lancé, il y a six ou sept ans, Essec Nouveaux créateurs sur Yahoo!, une liste de diffusion de questions/réponses pour permettre aux créateurs d'entreprise du groupe Essec de s'entraider. » ►

Les événements : start-up, une sélection



► La « Péniche des Start-up » : chaque trimestre, permet à quatre projets sélectionnés de se présenter en 15 minutes devant 50 à 60 investisseurs potentiels.



► Les apéros « Back to the Sentier » : chaque mois, un entrepreneur organise dans le fief digital du Sentier une soirée qui rassemble les entrepreneurs et investisseurs du secteur Web/média/mobile.



► Le « Forum » : une fois par an, tous les projets retenus par Investir en Direct sont présentés aux futurs investisseurs, partenaires, clients, collaborateurs.



► Les start-up Week-ends permettent, en l'espace de deux jours, de lancer concrètement des concepts.

Autres événements et lieux très courus : StartinParis, les Apéroentrepreneurs, la Start-up Academy...



**SUR LE TERRAIN,
JE VOIS LES CHOSSES
CHANGER. LES PROJETS
SONT MOINS TECHNO
ET ON Y VOIT PLUS
DE FEMMES.**

Corinne Delaporte,

Co-créatrice de la lettre *Stratégie Internet*
et du Benchmark Group.

Les start-up sur le chemin de l'école

L'esprit start-up peut-il s'apprendre sur les bancs de l'école ? C'est le pari fait par Xavier Niel (Free), Jacques-Antoine Granjon (vente-privee.com) et Marc Simoncini (Meetic), les trois associés à l'origine de l'École européenne des métiers de l'Internet, ouverte en juin 2011. « C'est compliqué d'ouvrir une école, confesse Jacques-Antoine Granjon. Ce ne sont pas les mêmes motivations que lorsqu'on monte une entreprise. On ne le fait pas pour gagner de l'argent, mais plutôt parce que nous avons le désir de faire des choses ensemble et de partager le talent des professeurs et des intervenants que nous serons susceptibles de faire venir. Si hier tout était encore à construire, le monde de l'Internet s'est aujourd'hui fortement professionnalisé. Cette école doit permettre aux étudiants de comprendre ce qu'il y a derrière l'esprit d'Internet, les motivations, les mécanismes et les enjeux. Sans oublier le code qui demeure le cœur d'Internet. Ne pas apprendre sa logique reviendrait à vouloir écrire une thèse sur une œuvre britannique sans comprendre le vocabulaire anglais. C'est absurde, même si j'en suis le contre-exemple. »

UN SOUTIEN DES FINANCEURS PARTENAIRES

Le soutien logistique et financier aux start-ups peut être très poussé, comme avec 50 Partners, programme d'accompagnement construit sur un réseau de 50 entrepreneurs contribuant à accompagner les start-up dans le montage de leur projet avant de les mettre en relation avec les investisseurs les plus pertinents susceptibles d'intervenir dans le projet.

Une démarche suivie par certaines autres structures comme les cercles d'entraide ou les fonds d'entrepreneurs dédiés à l'amorçage : Network Finances, la Centrifugeuse (pendant une matinée, deux ou trois personnes viennent expliquer leur projet et/ou leur problème, des gens les « challengent » et leur font des remarques) ou La Ruche, centre dédié à l'innovation et aux entrepreneurs à caractère social.

PARTAGER LA PASSION ET L'AMBIION

Quinze années après l'apparition de ces structures d'entreprise, que reste-t-il de « l'esprit start-up » ? Jérôme Masurel le résume en deux mots : passion et ambition. « Les entrepreneurs sont d'abord des créatifs-créateurs qui voient des solutions innovantes à des besoins qu'ils identifient. Il s'agit donc bien d'une conviction personnelle qu'ils souhaitent faire partager aux futurs clients. Pour cela, ils investissent 100 % de leur temps, de leur énergie dans le but d'emmener leurs entreprises et leurs collaborateurs le plus loin possible. Cette passion et cette ambition sont aussi souvent partagées par les équipes, ce qui est plus difficile à faire dans les grands groupes. » Une énergie contenue tout entière dans l'appellation même de ces entreprises très actives : *to start-up*, après tout, ça signifie démarrer.

L'esprit start-up, c'est la volonté de penser différemment



Pierre Kosciusko-Morizet
Fondateur de PriceMinister.com

Pouvez-vous nous donner une définition de la start-up ?

À mon sens, une start-up est avant tout une entreprise montée dans le domaine du Web et des technologies sans autre apport que l'énergie et la matière grise de son ou ses fondateurs. La motivation profonde est de créer une activité à partir d'une idée totalement originale. Ce qui veut souvent dire développer de nouveaux usages ou de nouveaux modèles, mais pas obligatoirement. Avant la création de PriceMinister, par exemple, il existait déjà des gens qui achetaient et qui vendaient des produits d'occasion. Internet nous a permis de massifier cette pratique et de l'étendre à tout le pays et ensuite au monde entier.

Selon vous, qu'est-ce qui définit le mieux l'« esprit start-up » ?

L'envie de liberté, ainsi que la volonté de ne pas rentrer dans les cases. Pas au sens de la rébellion mais plutôt dans celui de s'autoriser à penser différemment. Pour moi, cette démarche est primordiale. Elle procède d'un désir d'être utile et de se dire que si je n'avais pas été là, les choses auraient été différentes. Il faut aussi faire montre d'une certaine indépendance d'esprit et d'une capacité à prendre des risques, bien entendu. Ensuite, il y a une envie, chez moi comme dans la plupart des entreprises dans lesquelles j'ai investi, de vivre une aventure à plusieurs. C'est cette dynamique collective qui m'intéresse.

N'est-ce pas l'esprit entrepreneurial au sens large que vous décrivez ?

La start-up n'est rien d'autre qu'une forme d'entrepreneuriat. Il y a toutefois des caractéristiques spécifiques à ce type de structure, par exemple le fait de partir de rien, sans capitaux, sans connexions dans un secteur, de le faire souvent plus jeune et à plusieurs. Le fait que ça aille très vite, dans le succès comme dans l'échec, est aussi quelque chose de spécifique. La fougue et l'enthousiasme me semblent deux valeurs primordiales de l'esprit start-up, qui sont le propre de la jeunesse. Quelque part, on risque tout et on ne risque rien. La démarche y est beaucoup moins patrimoniale que dans l'entrepreneuriat classique, dans le sens où on ne cherche pas à construire quelque chose sur la durée, mais plutôt un projet excitant qui va rendre service aux gens. On est dans l'action, dans l'immédiateté, avec une pression de l'innovation permanente. Ce qui implique une énergie différente, je pense.

Pensez-vous que cet esprit start-up a changé depuis l'avènement d'Internet ?

Dans les années 2000, certains ont cru que monter une start-up permettait de devenir riche en six mois. Nous ne sommes plus du tout dans cet esprit-là. Bien entendu, l'argent fait indéniablement partie de la motivation, mais il n'est pas l'essentiel. Ceux qui s'engagent sur cette voie cherchent avant tout à faire quelque chose d'utile et qui marche. Dans ce sens, l'audience d'un site est une étape importante pour générer du revenu. Il y a également aujourd'hui une recherche importante de reconnaissance de la communauté du Web. Peut-être même parfois trop.

LA START-UP

PREMIER RÔLE
OU FIGURANTE

Les start-up, simple vitrine alléchante ou acteur économique majeur ? Richard Menneveux, directeur de publication de FrenchWeb, quotidien en ligne des acteurs de l'Internet, distingue l'évolution de ces structures, leur poids dans l'économie et les critères de réussite de ces entreprises atypiques.

Propos recueillis par Patrick Lenormand

Le monde des start-up d'aujourd'hui est-il très différent de celui des débuts ?

Au milieu des années 90, ces entreprises émergeaient à peine, concentrées sur Internet ou sur la haute technicité. Elles étaient souvent issues du giron des grands groupes qui mettaient en place des équipes légères et agiles pouvant s'adapter à un marché en forte évolution. Beaucoup d'entrepreneurs actuels ont démarré à ce moment-là mais se sont heurtés à de vraies contraintes techniques comme l'absence de haut débit. C'était une première vague de créativité, l'éclatement de la bulle Internet y a mis fin tout en ayant des effets salvateurs en faisant disparaître les pseudo-entrepreneurs. Cela a rappelé à tout le monde qu'entreprendre n'était pas facile... Depuis la renaissance de ce secteur, entre 2002 et 2006, Internet est devenu mature et les principales forces du réseau se sont stabilisées. Sa créativité s'est développée, enrichie et on a assisté à la création d'un grand nombre de sociétés.

Les start-up représentent-elles un moteur pour l'économie française ? Pouvez-vous donner quelques exemples représentatifs ?

Je dirais que c'est l'un des secteurs qui boostent

l'économie. Une récente étude sur le sujet, réalisée pour Google, affirme que depuis 1995, le secteur des start-up dans son ensemble a créé 700 000 emplois. Pour comprendre leur poids réel, il faut distinguer les différents types de start-up. Le premier type, ce sont les plus petites. Elles comptent moins de 10 personnes – elles n'ont d'ailleurs pas vocation à grandir, ce serait pour elles un handicap. Elles sont bien organisées, ce sont des structures légères, très techno, se développant vite. Elles ne sont pas systématiquement à Paris et on en trouve beaucoup en province, mais leur périmètre d'intervention est mondial grâce au digital. Ce sont des structures comme Mandala Games à Nantes (création

**DEPUIS 1995,
LE SECTEUR DES
START-UP DANS SON
ENSEMBLE A CRÉÉ
700 000 EMPLOIS.**

de jeux) ou Invokit à La Rochelle (édition de factures en ligne), par exemple.

Le deuxième genre de start-up se développe sur le marché français et souvent dans le e-commerce. Le Jardin de Catherine, basé à Reims, me semble un bon exemple : en cinq ans, ils sont passés de 0 à 50 salariés et ils espèrent un chiffre d'affaires de 40 millions d'euros en 2012. Ces structures, souvent en province, ont des effectifs plus importants que le premier type de start-up, avec des emplois hautement qualifiés et d'autres moins techniques comme la manutention ou la comptabilité...

Enfin, le troisième type fonctionne à une autre échelle : ce sont des start-up à très forte croissance. Elles sont établies dans plusieurs pays, ce sont souvent des boîtes très techno avec beaucoup d'ingénieurs et une vision globale, mondialisée. Ce sont, en fait, des entreprises de taille intermédiaire comme Vente-privée, passée de 0 à 1000 personnes, avec un CA entre 200 millions d'euros et 1 milliard.

Pour ces entreprises à l'économie parfois fragile, quelles sont les conditions pour un développement réussi ?

Elles sont multiples. Il faut d'abord beaucoup de capital car, souvent, il s'agit de créer une marque, ce qui nécessite un investissement important. L'amorçage, puis la croissance sont des étapes importantes pour ces structures fragiles. L'enjeu, de mon point de vue, est d'atteindre très vite la rentabilité pour compenser cette fragilité initiale. Depuis dix ans, on observe que les entrepreneurs réinvestissent ce qu'ils ont gagné dans ce qu'ils ont créé, puis font ensuite appel à des fonds de capitaux intermédiaires pour développer la start-up.

L'entrepreneur ou l'équipe fondatrice constituent ensuite le pilier de l'édifice : ils doivent être passionnés et aptes à transmettre cette passion, très qualifiés également, avec beaucoup de temps disponible. Être hyper-créatif peut être une bonne chose, mais une idée neuve trop en avance par rapport au marché est parfois un handicap.

Les principales qualités, dans une start-up, restent l'hyper-réactivité et l'adaptabilité, la capacité à faire avancer les choses, à « tourner et retourner le Rubik's Cube dans tous les sens » pour trouver de nouvelles approches ou des solutions. La start-up fonctionne sur la base du test & learn, on apprend en marchant. Parfois, simplement en l'industrialisant ou en la digitalisant, une start-up ne fait que reprendre une bonne idée.



FRENCHWEB, UNE SCÈNE POUR LES ACTEURS DU NET

Créée en 2010, FrenchWeb rassemble une population de 22 000 membres. C'est à la fois une vitrine et un exemple. Visant le public des professionnels du digital, entrepreneurs, experts, et investisseurs, la publication décrit l'environnement Internet français et ses acteurs, ses initiatives, ses tendances, ses échecs aussi. Une scène très active mais éparpillée, d'où l'intérêt de rassembler ces informations éparses. FrenchWeb est également une start-up à plus d'un titre. Par l'originalité de son modèle économique tout d'abord : l'entreprise ne tire pas ses revenus de la seule publicité ou des abonnements mais d'autres sources comme la production de contenus et le *networking* au travers d'un club regroupant les acteurs clés du digital. Sur la scène des acteurs du Net, FrenchWeb ne détonne pas non plus par son rythme de croissance, très soutenu. En à peine plus de deux ans d'existence, l'effectif est passé de 0 à 10 et le site attire une audience de 600 000 visiteurs uniques par mois. Le chiffre d'affaires traduit cette hyper-croissance : il est passé de 0 à 400 000 euros et l'objectif pour fin 2012 est de 800 000 euros. « Notre progression est semestrielle, se réjouit Richard Menneveux. Tous les six mois, on change d'échelle. »

LA START-UP À L'ÉPREUVE

DU GRAND ORAL



Si sa démarche entrepreneuriale est souvent singulière, la start-up n'en est pas moins une entreprise qui a besoin de financement pour se développer. La tradition du grand oral représente l'aboutissement d'un long processus pour les jeunes entrepreneurs.

Objectif: rendre son projet suffisamment viable pour séduire un public de *business angels* apte à les accompagner dans leur développement. Martin Genot est l'un de ces investisseurs.

Propos recueillis par Antoine Dubuquoy

Pouvez-vous nous dire deux mots sur votre état d'esprit de financeur des start-up ?

Je suis avant tout un entrepreneur désireux de partager mon expérience avec de jeunes créateurs d'entreprise. Network Finances est un groupe d'entrepreneurs qui a décidé de créer son propre fonds, dans lequel je suis très impliqué. Ce qui nous différencie d'un fonds d'investissement traditionnel, c'est que nos membres sont plus présents pour l'aventure entrepreneuriale que pour la perspective de gagner beaucoup d'argent. Les tickets d'entrée sont moins élevés, autour de 200 000 euros. C'est de l'amorçage.

Combien de projets voyez-vous passer ?

J'en reçois personnellement au moins trois par semaine. Deux projets par mois passent devant le comité d'investissement. Les membres du comité d'investissement adorent les comités, à la fois très techniques et formateurs ! Dans l'Internet, tout va très vite. Une jeune pousse doit être capable de changer de *business model* du jour au lendemain. Il faut donc être agile et malin. Les membres des comités apportent leur expérience et leur ouverture.

Pouvez-vous nous parler du grand oral ?

Comment y accède-t-on ?

Il y a tout un processus préparatoire. Dans l'écosystème du financement des start-up, il existe des pépinières comme Le Camping ou L'Accélérateur créé par Michel de Guilhaumier. Les porteurs de projets y sont coachés durant six mois à l'issue desquels un *Demo Day* est organisé. Chaque nouvelle promo rencontre les fonds d'investissement. Le but de ce coaching est de travailler les *business models*, de dynamiser les entrepreneurs. Je fais moi-même partie d'un de ces fonds d'expertise, 50 Partners. On y rencontre de jeunes gens qui n'ont pas la *proof of concept* ou qui sont au milieu du gué. Moyennant un pourcentage du capital, on les accompagne.

Que manque-t-il à ces entrepreneurs quand ils viennent vous voir ?

Je les rencontre et j'essaie de comprendre leur projet et leurs motivations. Parfois c'est compliqué, parfois c'est ennuyeux... J'essaie de cerner le moteur de l'entrepreneur. Tous sont différents, il y a la revanche, le père, la passion, la reconversion, l'envie de créer. C'est fascinant. Quand le projet est intéressant, je le passe à quelqu'un d'autre qui va l'étudier. ►►

UN JEUNE DOIT ÊTRE CAPABLE DE CHANGER DE BUSINESS MODEL DU JOUR AU LENDEMAIN. IL FAUT DONC ÊTRE AGILE ET MALIN.

► Quel est le profil type des candidats au grand oral ?

Un multi-entrepreneur sera meilleur qu'un primo-entrepreneur. Quand on démarre une start-up, on n'est pas entrepreneur, on le devient. C'est la différence entre le savoir et l'être. À deux, on est meilleurs que seul. Certains couples fonctionnent bien : un technicien et un financier, par exemple. À trois, on est meilleurs qu'à deux. Si on ajoute le parrain, on a un pilier de plus dans l'aventure. L'équipe constituée autour du projet est décisive, elle compte pour 99,9 % dans la réussite de l'entreprise.

Comment se déroule le grand oral devant le comité d'investissement ?

Chez Network Finances, ces rencontres ont lieu sur une péniche. Le jour J, nous (le comité) sommes surexcités... Les pitchers sont pour leur part plutôt tendus. Ils présentent le projet devant le comité qui va être délibérément très incisif. Ça va très vite, c'est déstabilisant, ou pas... On voit rapidement émerger des personnalités. Les questions sont toujours les mêmes : quelles sont les barrières à l'entrée, en quoi le projet est original, en quoi répond-il à un besoin, quelle est votre technologie, comment pouvez-vous dire que le marché va évoluer ? etc. Autre question : quelles sont les conditions de sortie, à qui allez-vous vendre ? C'est important ! Aucun fonds n'investira par exemple dans l'érotisme ou la pornographie car c'est un secteur dont on ne peut pas sortir. Même chose pour la voyance. C'est compliqué.

Combien de temps dure ce grand oral ?

30 à 45 minutes, à raison de deux projets par mois. À la fin de la session, on débriefe, pour savoir s'il faut les aider dans un domaine particulier et leur proposer un *workshop*. La décision est rapide. Quand c'est négatif, le projet peut être recalé immédiatement. Il est toutefois rare que ce soit bon immédiatement. Dans un business normal, il existe le concept de *due diligence* où tous les critères nécessaires à évaluer le potentiel d'une entreprise sont pris en compte : analyse du bilan, des contrats, de l'aspect RH, des risques, etc. Dans le cas de l'amorçage d'une start-up, cette phase n'existe pas. Nous nous renseignons sur l'équipe, leur personnalité, leurs parcours, quitte à les revoir quand nous avons un doute. Nous essayons de comprendre le processus de commercialisation du projet et de travailler sur le marketing d'acquisition et sa mécanique, vérifier les hypothèses. Ensuite, on vote.

Entre la soutenance du projet et la décision, combien de temps se passe-t-il ?

Entre le moment où je vois un projet et celui où il passe devant le comité d'investissement, il se passe un à deux mois. Idem

entre le grand oral et le vote définitif. Au total, le process dure entre deux et quatre mois. Parfois, nous suivons des projets pendant un an. Les entrepreneurs reviennent nous voir plusieurs fois. Accompagner la maturation d'un projet est très courant.

Vos candidats vont-ils voir d'autres fonds ?

Oui, tout le temps. Tout le monde le fait ou l'a fait, moi le premier. Avant d'être au sein d'un comité d'investissement, j'ai été pitcher en France, en Angleterre et aux États-Unis. Les principes sont les mêmes partout. Les personnalités, les parcours. L'échec est toujours apprécié. Ce qui compte c'est la motivation extrême, voire la rage. Les entrepreneurs sont des mecs qui bossent, des passionnés. Leur but principal n'est pas l'argent. L'argent n'est qu'une façon de prouver qu'ils ont eu raison...



NETWORK FINANCES

ACCÉLÉRATEUR DU DIGITAL

Fondé en 2008, Network Finances a été créé par une trentaine d'entrepreneurs européens. Il est spécialisé dans le financement de projets à l'amorçage dans les secteurs de l'Internet, de la mobilité et plus généralement dans le digital. Ses méthodes originales consistent à désigner un parrain susceptible d'accompagner la start-up dans toutes ses étapes de développement. Preuve que le financement n'est pas qu'une question d'argent, mais bien plus encore de confiance réciproque.

PUB