Dans les coulisses d'eFounders, la fabrique à pépites

Depuis sa création en 2011, le studio eFounders a déjà lancé une vingtaine de startups et réalisé ses premières sorties. Via un modèle unique, les deux cofondateurs ont créé une galaxie de startups BtoB qui emploient des centaines de salariés et génèrent des dizaines de millions de dollars de chiffre d'affaires. Retour sur une success story.

Temps de lecture : minute

---

23 juillet 2019

On ne pense pas assez à la Belgique lorsque l'on évoque le dynamisme de l'écosystème des startups européennes. Pourtant, s'il est un acteur qui y contribue activement, c'est bien eFounders. Depuis 2011, le studio franco-belge, implanté à Paris, a mis sur pied 22 jeunes pousses, dont plusieurs ont réalisé des tours de table au-delà des 20 millions de dollars. Mieux, eFounders a réalisé ses premières sorties, en cédant Hivy à l'Américain ManagedbyQ, puis TextMaster à Technicis et Mention à NewsDesk. Des performances qui ont décidé les fondateurs du studio, Thibaud Elzière et Quentin Nickmans, à sortir de l'ombre.

À lire aussi
Hivy entre dans le club très fermé des startups françaises passées par Y Combinator

Si eFounders est resté dans l'ombre pendant plusieurs années, c'est que le studio attendait son premier exit, prévu pour 2018, afin de sortir du bois. "*Ça s'est fait dans le timing qu'on avait prévu et, en toute modestie, c'est quand même assez exceptionnel !*", se félicitait en 2018 Thibaud Elzière. Pourtant ce ne sont pas les occasions de se mettre en avant qui manquaient, entre les deux levées menées par le studio lui-même et les tours de table conséquents de ses pépites, parmi lesquelles Slite (3,7 millions d'euros), Front (53,7 millions d'euros) ou encore Spendesk (8 millions d'euros).

Le choix de la stratégie de l'ombre

"*La réussite des boîtes qu'on a créées parle en notre nom, nous n'avons*

pas vocation à être sur le devant de la scène. Si on doit faire du bruit, ce sera par nos startups", assurait alors le cofondateur de la fabrique à pépites. Et ça fonctionne : eFounders s'est imposé comme l'un des startups studios les plus connus d'Europe, avec des pépites reconnues à l'international. "*Je crois qu'on est en train de construire une vraie galaxie, avec une entreprise qui développe à chaque fois un logiciel, là où auparavant seul Microsoft détenait tous les produits*", se plaisait-il à souligner. Un succès qui ne s'est, depuis, pas démenti et qui tient surtout au positionnement d'eFounders, mûrement réfléchi : du SaaS en BtoB.

> *On cible les entreprises de 50 à 5000 personnes qui ont besoin de se numériser mais qui n'ont pas accès aux ERP et aux outils des grands groupes.*
>
> *Thibaud Elzière*

Le logiciel d'appel via le cloud Aircall, l'outil de monitoring Mention, le centre de gestion d'appli Station ou encore la solution d'engagement des collaborateurs Briq... Autant d'idées qui ont germé dans les esprits prolifiques de Thibaud Elzière et Quentin Nickmans. Presque toutes les idées d'eFounders sont en fait des problématiques qu'a rencontrées Thibaud lorsqu'il a créé sa première entreprise, Fotolia : "je *me disais que ça prendrait 10 ans de les résoudre parce qu'elles étaient toutes indépendantes. Sauf qu'en les théorisant avec Quentin à la création d'eFounders, ça s'est débloqué. Et en même temps, plus on crée des startups, plus on se confronte à leurs problématiques, plus ça nous donne des idées : c'est un cercle vertueux*".

> *Il ne faut pas se leurrer : l'objectif, c'est de créer*

> *des licornes. Sur les 25 boîtes qu’on va lancer, j’espère qu’il y en aura deux ou trois. La pénurie d’idées, c’est vraiment le dernier de nos soucis !*

Car le studio a bien rodé son fonctionnement : l'équipe pitche son idée aux entrepreneurs désireux de se lancer dans l'aventure eFounders et, si ça accroche, l'embarque pour faire grandir le projet en interne en échange d'un tiers des parts. Et, avec un budget moyen de 600 000 euros par startup, eFounders se donne les moyens de ses ambitions, tout en accordant un soin particulier à l'équipe de choc qui portera le projet le plus loin possible. "*Pour faire des projets qui marchent, il faut constituer une équipe de personnes qui ne vivent que pour ça et qui y croient à fond. Le plus dur, ce n’est pas de trouver l’idée, c’est de trouver et de motiver l’équipe derrière pendant tout ce temps*", assurait le serial entrepeneur.

https://youtu.be/YbC1Eeom01Y

Et si ce modèle ne s'est pas encore tout à fait démocratisé, c'est qu'il coûte cher : il faut en effet créer et héberger la startup, monter l’équipe et lui permettre de se développer, tout ça pendant plusieurs mois voire plusieurs années sans retour sur investissement - du moins tant que l'exit n'a pas eu lieu. Une situation précaire, dont eFounders a réussi à limiter les effets en choisissant une verticale sur laquelle il a le champ libre et qui lui permet de mutualiser les ressources comme le design, le marketing, les commerciaux... Et donc de limiter les coûts. C'est d'ailleurs cette spécificité qui fait dire à Thibaud Elzière que son startup studio n'a pas de vrai concurrent :

> *Ce n'est pas comme les incubateurs qui, eux, se battent pour récupérer les meilleurs projets. Nous, nous faisons face à la concurrence pour recruter les meilleurs entrepreneurs.*

Quid de la comparaison avec TheFamily ? "*Je comprends que les gens fassent un parallèle : effectivement, on accompagne tous les deux des startups mais on fonctionne complètement différemment : eux créent un environnement où les gens se sentent motivés, ils créent une émulation et mettent les gens en réseau, ils prennent une part et leur offrent des contreparties. Mais il n'y a pas de création d'entreprise à proprement parler. Par contre, le point commun c'est qu'on a deux modèles uniques : eux ont fait l'équivalent de Y Combinator mais avec leur propre style.*"

À lire aussi
Les Startups Studios, une tendance de fond européenne pour

contrer la Silicon Valley

Quant aux autres startups studios, il ne s'agirait pas de vrais concurrents car ils ne créeraient pas *from scratch* comme eFounders : "*ils investissent très* early stage *et mettent plus de capital humain que les autres VCs mais leur fonctionnement reste fondamentalement différent du nôtre puisque les entrepreneurs qui viennent les voir ont déjà leurs produits en main. Nous, on crée des boites de A à Z avec une conviction : pour avoir les meilleurs talents, il faut en faire des entrepreneurs. Les génies de notre époque ne vont pas aller s'enterrer dans un grand groupe, ils ont d'autres ambitions*", analysait Thibaud Elzière.

Au sein du startup studio, les entrepreneurs-managers viennent chercher les moyens et la liberté de se consacrer entièrement à leur projet pendant en moyenne 18 mois, soit deux phases de gestation : "*la première, c'est l'incubation : le projet est chez nous, on crée le produit et on le met dans les mains d'une centaine de pilotes. Là on se voit tous, on fait le point et, si ça marche, on entame la deuxième phase, le lancement. On crée une entité juridique - en général on a déjà la moitié de l'équipe à ce stade - et l'objectif est de permettre à la startup d'être assez mature pour pouvoir prendre son envol*". Une recette qui a fait ses preuves si l'on en croit l'expatriation outre-Atlantique de deux de ses protégées, Aircall et Front (depuis revenue sur le sol français).

La startup des startups

Et si le succès des startups d'eFounders tenait aussi au fait que ses fondateurs sont eux-mêmes de vrais entrepreneurs ? C'est en tout cas la conviction de Thibaud, qui veut pour preuve le modèle économique d'eFounders : comme ses pépites, le startup studio utilise plusieurs centaines de milliers d'euros chaque mois pour fonctionner, en met une partie de côté pour avoir deux ou trois ans d'avance et reverse le reste

aux actionnaires (les quatre fondateurs et les 40 autres actionnaires-entrepreneurs ou *family office*). "*On n'a eu besoin de faire entrer personne au capital depuis et ça nous suffit à lancer quatre projets par an*", confiait Thibaud Elzière.

À lire aussi
Le startup studio eFounders lance son Hacker Program !

Ce rapport mesuré aux dilutions de capital, eFounders essaye de l'inculquer à ses protégés et mène même une vraie réflexion sur ses liens avec le *venture capital* : "*aujourd'hui, on ne réfléchit même pas et on suit le chemin : levée en série A puis B puis C... On l'a fait avec nos startups mais je pense que ce n'est pas du tout la meilleure manière de se financer : les VCs devraient mettre moins d'argent et les entrepreneurs lever plus lentement, plus régulièrement, en fonction de leurs besoins réels*". Voilà pourquoi le studio a créé son propre organisme instaurant un droit préférentiel de souscription sur chaque tour mené par ses pépites, l'eClub. De quoi permettre à eFounders de garder un rôle non négligeable à la table des négociations, tout en s'assurant une source supplémentaire

de revenus.

Faire le deuil de ses protégés

Car le futur du studio est encore incertain : que va-t-il devenir une fois son objectif de créer 25 startups atteint ? "*Soit on a assez d'énergie et on continue dans le même domaine, soit on élargit à d'autres domaines, soit on arrête et on fait autre chose. Ce qui est génial, c'est qu'aujourd'hui on peut se permettre cette incertitude : ce qui est créé est créé, personne n'est dépendant de nous. Donc ça ne sera pas très compliqué de pivoter voire d'arrêter*", confiait le fondateur.

Une liberté qui tient à la nature même de la relation qu'eFounders entretient avec ses pépites : "*pendant 18 mois, on est tous les jours avec eux sur tous les sujets et, du jour au lendemain, ils prennent leur envol. Après, la relation dépend de la personnalité de l'entrepreneur : certains vont couper plus ou moins les ponts, d'autres gardent un lien de temps en temps et d'autres restent très proches de nous. Mais quoi qu'il arrive, ils ne nous doivent rien*". Et de conclure :

> *Je suis hyper content qu'on arrive à faire le deuil des boîtes qu'on a construites. Une startup ne peut devenir une licorne que si elle a sa propre culture et son propre ADN : si elle reste trop longtemps dans un studio, elle ne pourra pas construire tout ça. Donc plus les entrepreneurs veulent prendre leur autonomie et leur liberté, plus on se dit qu'on a réussi.*

Article écrit par Maëlle Lafond