

Comment bien se préparer à la course aux investisseurs ?

Suite à la levée de fonds de sa startup, Baptiste Boulard, cofondateur de Swapcard dévoile les coulisses de la course aux investisseurs afin d'aiguiller tous ceux qui voudraient se lancer dans l'aventure.

Temps de lecture : minute

16 octobre 2020

Republication du 8 février 2019

Maintenant que vous savez “Pourquoi ?”, “Après de qui ?” et à “Quelle échéance?” vous souhaitez lever des fonds et que vous maîtrisez l'art du pitch, vous pouvez vous lancer dans la recherche de vos investisseurs. C'est ici que commence la phase la plus longue de votre levée de fonds ! Et croyez moi cette phase est très importante et vous demandera beaucoup d'énergie et d'ingéniosité. Un conseil : lever des fonds, c'est comme un marathon. Rien ne sert de courir, il faut partir à point ! C'est à dire qu'il faut savoir à qui s'adresser et savoir où se trouvent vos investisseurs potentiels.

Etablissez un plan d'action en amont de votre levée de fonds

Pour maximiser nos chances de réussir notre levée de fonds dans les délais que nous imposait notre trésorerie, nous avons établi un plan d'actions pour :

- trouver et cibler nos investisseurs le plus vite possible,

- suivre au jour le jour l'évolution de notre levée de fonds.

Il est important de considérer votre levée de fonds comme un processus de vente que vous devez avoir mûrement réfléchi en amont, pour ne pas perdre de temps car le temps joue contre vous !

Pour établir votre propre plan d'actions, nous vous conseillons d'appliquer les leçons tirées de la commercialisation de vos services à votre levée de fonds. À savoir :

- définir une niche de prospects (dans notre cas les business angels)
- savoir où ils se trouvent,
- savoir comment les aborder,
- être capable de les séduire.

Pour réduire les délais inhérents à la réussite de votre levée de fonds, généralement compris entre 6 à 9 mois minimum, nous vous conseillons de nouer des relations avec des investisseurs au préalable. Cela vous permettra de savoir directement à qui vous adresser et envoyer votre pitch le plus rapidement possible. Savoir où se trouvent vos investisseurs potentiels est crucial. Voici nos conseils pour les trouver le plus facilement.

Ciblez en priorité les réseaux de Business Angels

Pour trouver des investisseurs, le plus facile est de commencer par cibler les réseaux de business angels car ils sont les plus faciles à identifier et parce que leur processus de sélection est très long.

Un nombre important de réseaux existent à travers la France. Ces réseaux sont souvent spécialisés dans des domaines d'activité (médical, finance, IT, cleantech...) avec des focus parfois régionaux.

Pour les trouver il suffit de:

- faire une recherche Google “réseau de business angels”,
- aller sur le site de [France Angels](#) qui est la fédération des réseaux de business angels et regarder leurs membres,
- aller sur le site de [l'AFIC](#) qui propose un annuaire des investisseurs en capital, et
- s'inscrire sur la plateforme [gust](#).

La plateforme [gust](#) est une étape incontournable car vous permettra d'envoyer un dossier unique à quasiment tous les réseaux de business angels français.

Si vous êtes dans l'IT, voici une liste des réseaux de business angels avec qui nous avons discuté : Club Invest IdF, NETWORK FINANCES, Norm' Angels (focus normandie), SIRS Business Angels, ISEP Business Angels, IT Angels, NEOMA Angels (un peu jeune), Harvard Business School Angels of France (très peu de membres), ESCP Europe Business Angels, Arts & Métiers Business Angels, INSEAD Business Angels Alumni France, Seed4Soft (focus IT), Paris Business Angels (très gros réseau), VAL Angels, Investessor ((très gros réseau) et Angelor.

Définir un ordre de priorité

Après avoir listé les réseaux qui vous intéressent, nous vous conseillons de les appeler pour mieux comprendre qui ils sont. N'oubliez pas de leur demander :

- leur domaine d'investissement
- leur processus de sélection
- nombre de membres
- tickets moyens par membres
- nombre de dossiers financés par an

- montant moyen levé par dossier
- présence d'un fonds associé, et
- avec quels autres réseaux travaillent-ils

Cela vous permettra de les classer par ordre d'intérêt. Nous vous conseillons d'envoyer votre pitch en premier aux réseaux qui vous intéressent le moins. Pourquoi ? Car il est préférable de commencer à pitcher devant ces réseaux et vous faire la main, avant de pitcher devant les autres réseaux qui sont plus intéressants.

Avoir conscience de leurs limites

Si les réseaux de business angels sont facilement identifiables et ne doivent pas être négligés, vous allez rapidement vous rendre compte de leurs désavantages.

- Faible capacité de financement

Le problème des réseaux est que leurs membres investissent généralement des tickets assez faibles (environ 10K par dossier) dans maximum 3 dossiers par an. Par conséquent, seuls les réseaux avec de nombreux membres peuvent investir par dossier des montants proches de 300K. Heureusement certains réseaux ont créé des fonds d'investissements qui leur permettent de doubler leurs capacités d'investissement, mais ces réseaux restent minoritaires.

- Forte sélection des dossiers

Ces réseaux sont facilement identifiables donc ont un gros *deal flow*. Mais pour une startup, qui dit *deal flow* dit forte sélection des dossiers et parfois des inconvénients majeurs en terme de réactivité. En effet, si certains réseaux sont très bien structurés, certains réseaux n'ont pas la capacité d'étudier tous les dossiers et il se peut que votre dossier passe à

la trappe.

Par exemple, il nous a fallu attendre 4 mois à partir de la soumission de notre dossier à Paris Business Angels pour obtenir une date de pitch... D'autres réseaux ne nous ont jamais répondu car soit avaient suspendu leurs activités ou ne consultaient pas leur compte gust.

Pour éviter ces désagréments, nous vous conseillons donc de faire un point régulier sur l'état d'avancement de votre dossier et de ne pas avoir peur d'appeler le réseau pour faire avancer les choses.

- Processus long voire laborieux

Elevator pitch

Les étapes de sélection d'un réseau sont souvent fastidieuses. Une fois votre dossier envoyé, vous serez invité ou non à faire un *elevator pitch* (entre 3 et 15 minutes) auprès de certains membres (entre 10 et 30 personnes) qui vont juger de la qualité de votre présentation. A l'issue de ce pitch vous saurez si vous êtes retenu pour la phase d'instruction.

Phase d'instruction

L'instruction sera faite par un ou plusieurs membres qui se sont portés volontaires pour travailler sur votre dossier. C'est ici que de nouvelles désillusions peuvent se produire.

Si certaines personnes vont faire le travail avec assiduité et se révéler agréables et intelligentes, d'autres personnes n'auront soit que peu de temps à vous accorder, soit ne seront pas compétentes pour comprendre les subtilités de vos services et business model (surtout si vous portez une vraie innovation) et risquent de vous faire perdre du temps. Malheureusement vous n'avez pas la chance de choisir vos instructeurs.

Co-instruction

Si les montants de votre levée de fonds dépassent les capacités de financement d'un seul réseau, nous vous conseillons d'effectuer une phase de co-instruction entre les différents réseaux pour rendre le processus plus rapide et éviter les multiples réunions.

Réunion plénière

Les réunions d'instruction vous permettront de finaliser votre business plan pour pouvoir être soumis aux autres membres du réseau préalablement à un pitch (environ 30 minutes) en réunion plénière. A l'issue de la réunion plénière les membres vont se prononcer personnellement s'ils souhaitent participer au financement et à quel montant.

- La face cachée de votre instructeur

C'est ici que la personnalité de votre instructeur peut se révéler cruciale dans votre réussite. Il est impératif que votre instructeur ait une très bonne connaissance de votre startup et croit en votre projet car c'est lui qui, en coulisse, va vendre vos projets à ses camarades.

Ne nous leurrions pas, tout le monde est frileux d'investir dans une startup qu'il ne connaît qu'à travers un pitch et un dossier de *teasing* (environ 5 pages). Les autres membres vont donc également se fier à votre instructeur. Ainsi, si votre instructeur est convaincu que votre startup est une formidable opportunité d'investissement et est prêt à investir un certain montant, son engouement devrait convaincre les membres qu'il connaît personnellement. Un effet boule de neige se produira si votre instructeur est reconnu de ses pairs.

Nous vous conseillons d'aborder ces jeux de pouvoirs avec vos instructeurs pour mettre toutes vos chances de votre côté et identifier les

meneurs au sein des réseaux.

- Coût de l'opération élevé

Attention lever des fonds auprès de réseaux de business angels a un certain coût, souvent peu connu des startups. Les réseaux prennent très souvent un pourcentage de la levée de fonds réalisée auprès de leurs membres pour financer leurs coûts de structure (environ 6 à 10%). Ce qui peut avoir un véritable impact sur votre business plan !

Certains réseaux préfèrent ne pas prendre de pourcentage et demande aux startups qui pitchent de payer une faible somme (environ 250 euros). Si la philosophie est louable, il est préférable de se voir prélever un pourcentage d'une somme qui vous est due, plutôt que d'acheter un ticket de loto.

Partez à la chasse aux Business Angels individuels

Si de nombreuses startups arrivent à lever des fonds auprès des réseaux, il est préférable de sortir des chemins battus et de dénicher les business angels qui ne sont pas affiliés à des réseaux.

Ces investisseurs sont beaucoup plus difficiles à rencontrer mais possèdent généralement une capacité de financement bien supérieure aux membres de réseaux et pourront facilement boucler votre levée de fonds avec quelques proches et ont un *deal flow* réduit. Ce qui favorise vos chances de lever des fonds.

Le succès de cette alternative est d'arriver à cibler et rencontrer ces personnes. Voici les conseils que nous pouvons vous donner au vu de notre expérience.

Lire les annonces des levées de fonds

Lisez régulièrement les rubriques des levées de fonds annoncées sur les journaux spécialisés dans les startups et les newsletter des incubateurs. Remontez jusqu'à 2 ans en arrière. Vous y trouverez souvent les noms des investisseurs privés. Vous pouvez également créer des alertes Google "levée de fonds".

Cibler les structures d'accompagnement

Regardez les sites des structures d'accompagnement et des accélérateurs et essayez de trouver les personnes à la tête de ces structures pour les rencontrer. Ces personnes sont intéressantes à rencontrer car disposent de connaissances en levée de fonds et d'un vaste réseau. Ces personnes pourront soit être intéressées pour investir dans votre startup, soit vous donnerons des conseils ou vous donnerons accès à d'autres investisseurs potentiels en joueront le rôle de référent.

Par exemple 50partners met en avant sur son site la liste de ses mentors. Nous les avons tous contactés sur LinkedIn en leur demandant si ils cherchaient à investir et souhaitaient recevoir notre pitch. Certains nous ont partagé leur envie d'investir, d'autres non.

S'inscrire aux plateformes d'investissement en ligne

Nous vous conseillons de vous créer un compte sur les plateformes d'investissements en ligne type Angel List, Fundme, Sowefund et de faire des recherches parmi les investisseurs puis de contacter, en direct, ceux qui vous intéressent.

Explorer LinkedIn

LinkedIn est un formidable endroit pour trouver des investisseurs. Nous vous conseillons de faire des recherches avec des mots clés comme

“investisseur, early stage, business angel, VC, etc”, de regarder les profils trouvés et de les contacter avec message personnalisé. Une fois que ces personnes vous auront accepté dans leurs réseaux vous aurez accès à leur email personnel pour leur envoyer votre pitch.

Préalablement à notre levée de fonds nous avons déjà rencontré pendant des événements des VCs avec qui nous étions en relation sur LinkedIn. Nous avons parcouru leurs contacts et ajouter ceux qui nous intéressaient.

N’oubliez pas, plus vous aurez des investisseurs dans votre réseau, plus leurs contacts vous accepteront facilement et plus vous aurez de contacts qualifiés.

Lire la presse spécialisée en *Private Equity*

Nous vous suggérons grandement de vous abonner aux journaux spécialisés dans le *private equity*. Un conseil, faites le vraiment! Car c’est ici que vous aurez le plus de chances de trouver vos investisseurs.

Regardez les annonces liées aux LBO et aux reventes, rachats de sociétés et identifiez les équipes dirigeantes sortantes. Très souvent ces personnes s’enrichissent considérablement lors de l’opération et vont être soumises à des contraintes fiscales importantes, d’où leur appétence à investir pour réduire leur imposition.

Essayez également de rencontrer des avocats spécialisés en *private equity* pour qu’ils envoient votre pitch auprès de leurs clients.

Demander des mises en relation

Finalement le bouche à oreille reste une source non négligeable pour trouver des investisseurs. Parlez en à votre famille, amis et proches et demandez leur de vous mettre en relation avec les personnes qui seraient

susceptibles d'investir. Cela peut être des anciens collègues, des anciens employeurs, des oncles, des amis éloignés, etc. Tout est bon à prendre.

Pour information, notre levée de fonds a été réalisée auprès de deux investisseurs privés, tous deux chefs d'entreprises, qui nous ont été présentés par un ami. Soyez attentif, la chance sourit aux audacieux ☐

[quote]Etablir un suivi régulier de votre avancement[/quote]

Il est important d'aborder votre levée de fonds dans un processus structuré et de suivre son avancement au jour le jour. Vous risquez ou sinon de vous disperser et d'oublier des pistes. Vous n'avez pas conscience du nombre de personnes que vous serez amenés à rencontrer et à relancer.

Établir un fichier de contacts qualifiés

A la fin de notre levée de fonds, nous avons un fichier Excel de 548 investisseurs qualifiés avec qui nous avons discuté et envoyé notre pitch.

Ce fichier Excel nous permettait de garder en tête le nom, prénom, email, document envoyé à chaque personne, comment nous avons obtenu son email et à quelle étape de la levée de fonds nous nous trouvions: rencontre, envoi du pitch (long ou court), emails échangés, refus d'investissement, raisons du refus, lettre d'intention reçue, montant prévu, etc.

Envoi de newsletters personnalisées

Nous utilisons aussi ce fichier pour envoyer des newsletters personnalisées avec les bonnes nouvelles de Swapcard. Nous leur relayons:

- la sortie de nouveaux services,

- la progression dans notre nombre d'utilisateurs et le dépassement de nos objectifs pitchés
- les événements dont nous étions partenaires
- les synchronisations avec des outils de billetterie

Il est impératif de partager vos bonnes nouvelles pour montrer que vous progressez et que votre exécution est la bonne.



[TÉLÉCHARGER LE KIT BUSINESS PLAN](#)

Article écrit par Baptiste Boulard