

Pour une vision renouvelée des financements de startup

Avec la crise du Covid-19, la guerre en Ukraine, les taux plus élevés et l'inflation, la recherche de fonds apparaît plus complexe. La période FOMO (Fear Of Missing Out), avec des valorisations exorbitantes, est désormais révolue. C'est pourquoi, les investisseurs et les startups doivent aborder la question du financement d'une autre manière.

Temps de lecture : minute

25 juillet 2022

Depuis le début de la pandémie, les investisseurs sont devenus plus frileux. Or, le climat économico-financier devrait les inciter à s'impliquer davantage dans le développement des entreprises. La Société n'est pas en manque d'idées mais en carence d'exécution. Aujourd'hui, les investisseurs passent à côté de très beaux projets " pépites " qui n'ont pas les moyens de se développer (notamment en matière de R&D) par manque de financement et d'accompagnement sur le long terme. Cette situation paradoxale met les startups dans une position délicate. Elles doivent réaliser des levées de fonds souvent trop faibles, donc à répétition et dans des conditions moins favorables pour continuer leur croissance sereinement.

Afin d'échapper à ces contradictions et s'adapter à la conjoncture actuelle, les investisseurs doivent s'engager plus en profondeur dans l'évolution d'une startup. A ce titre, la recherche de bénéfices à court terme ne doit pas être leur objectif prioritaire. Ces derniers peuvent, au-delà du soutien purement financier, accompagner les entrepreneurs d'un point de vue stratégique et opérationnel, rendant le modèle profitable

pour toutes les parties. Cette approche est similaire à celle des Family Offices et Business Angels. Investir et s'investir.

Cette catégorie d'investisseurs est un modèle d'accompagnement fort puisque leur engagement mise sur un retour sur investissement au bout du cinquième anniversaire (en moyenne) de leur prise de participation. Les entrepreneurs peuvent aussi s'appuyer sur les réseaux souvent puissants de ces Family Offices et Business Angels pour accélérer la croissance de leurs sociétés.

La perception de la participation financière doit donc être totalement renouvelée par les investisseurs. Leur rôle et leur implication au sein des jeunes entreprises doivent être réinventés, plus structurels que conjoncturels. Mais si le regard et l'engagement des investisseurs doivent s'adapter et se transformer, les initiatives des entrepreneurs nécessitent aussi d'évoluer.

Les startups doivent diversifier leurs financements

Ainsi, face à des investisseurs ancrés dans une démarche d'accompagnement, les dirigeants de startup se doivent aussi de faire preuve d'écoute et de transparence. En effet, la culture de l'entrepreneuriat encourage les chefs d'entreprise à enjoliver leurs projets et le potentiel du marché auprès des investisseurs. Si l'investisseur décide de s'engager financièrement et professionnellement dans une startup, le rapport de confiance doit être bilatéral et sain.

Aujourd'hui les entrepreneurs doivent être plus inventifs pour trouver de nouveaux financements. Pour cela plusieurs canaux existent : prêt bancaire, pépinières d'entreprises privées etc. Une option intéressante parmi d'autres ? Le crowdfunding ou le financement participatif qui a fait ses preuves ces dernières années. Des entreprises comme Qonto, Cosmo

Connected, Cowboy... y ont eu recours avec succès. Ainsi, le financement participatif s'avère être un moyen pour soutenir des projets qui n'auraient pas pu voir le jour via un financement plus traditionnel. En effet, les investisseurs plus conventionnels accordent leur confiance à des projets qui ont souvent déjà plusieurs mois d'existence.

L'ouverture de capital au grand public est un financement " customer centric " , car il permet de "prendre la température" pour l'entrée sur le marché et de jauger le product-market fit. De fait, si le public est motivé pour investir, cela signifie que la demande est importante et que le projet attire les consommateurs. Enfin, le crowdfunding possède un avantage particulier au regard des autres financements : la mise en avant du produit ou du service via des investisseurs à la fois consommateurs et ambassadeurs fédérés au sein d'une communauté. Ces investisseurs deviennent une vraie force de communication pour les marques. Ce particulier-investisseur est le parfait prescripteur puisqu'il représente un projet auquel il croit et pour cause ! Il y a investi son patrimoine.

Alors que le chef d'Etat a récemment annoncé 6,7 milliards d'euros d'investissements via les fonds étrangers du sommet Choose, les participations financières s'annoncent nombreuses cette année. Mais dans un climat économique difficile, les investisseurs et les entrepreneurs doivent transformer leur vision du financement. Pour ce faire, ils doivent adopter de nouvelles stratégies avec une implication similaire aux Business Angels et Family Offices et le recours au financement participatif.