

Comment les VC choisissent-ils les événements tech auxquels ils se rendent ?

Les événements qui animent l'écosystème tech se multiplient en France et en Europe. Les participants, et notamment les investisseurs, sont forcés de faire un choix. Quels sont leurs critères ? Éléments de réponses lors du Sesame Summit, rendez-vous intimiste des VC et organisateurs d'événements.

Temps de lecture : minute

16 avril 2024

Cinquante VC et organisateurs d'événements tech triés sur le volet se sont retrouvés au Connecteur de Biarritz sous l'impulsion de Ben Costantini, fondateur du Sesame Summit. Ce rendez-vous, qui avait lieu les 11 et 12 avril 2024, se positionne comme un point de convergence facilitant les discussions stratégiques et les collaborations entre VC et organisateurs. Cette année, la discussion a tourné entre autres autour de la participation, voire de l'appropriation que les VC apportent aux événements qui animent l'écosystème. *Maddyness* y a présenté la [Maddy Keynote](#), quelques jours après avoir baissé le rideau sur l'une des plus belles éditions depuis sa création.

Il existe une pluralité de motivations qui poussent les acteurs du secteur à participer aux événements, allant de la simple curiosité à la création d'opportunités de partenariat et de business. Sam Jervier (Dawn Capital) a indiqué détecter sur son radar une quarantaine de salons et conférences pertinents, rien qu'en Europe. Alors comment arbitrer entre des événements dont les propositions de valeur sont toutes intéressantes et entrent parfaitement dans les objectifs du fonds ? Stéphane Gantchev,

Partner de LAUNCHub Ventures résume ses attentes : « *J'y vais principalement pour rencontrer d'autres VC, parler avec eux, savoir ce qu'ils font, obtenir un maximum d'informations.* » Vincent Touati-Tomas (Northzone) identifie lui 5 grandes catégories de leviers pouvant pousser un General Partner à participer à un événement : faire partie d'une communauté, sourcer, s'exprimer, recruter et s'informer.

« Will Andreessen Horowitz attend the event?

»

Ce qu'il appelle également de manière ironique le FOMO (Fear Of Missing Out) du VC, le besoin de faire partie d'une communauté et de ne rien rater, est un élément décisif, selon lui, pour qu'un General Partner participe à un événement. Vincent Touati-Tomas poursuit : « *Beaucoup ne comprennent pas la valeur de l'événement s'il n'y a pas tel ou tel grand fonds international, et c'est dommage parce que souvent les grands noms ne sont pas les plus actifs ou les plus accessibles* », assure Vincent Touati-Tomas. Les déjeuners, dîners ou soirées en petit comité se multiplient parmi les événements tech. Le finlandais Slush est l'exemple le plus probant, avec des dizaines, voire des centaines de side events toute la semaine, de nombreux participants, sans billets d'entrée, ne mettant jamais les pieds sur la zone d'exposition. Slush China prévoirait même un mois entier d'événements satellites !

« *La communauté est un enjeu pour l'ensemble des fonds d'investissement* », déclare Louisa Mesnard, CMO d'[Elaia Partners](#). Les organisateurs l'ont compris : les VC et autres cibles stratégiques ont envie de se retrouver dans un cadre exclusif, et entre pairs. « *Qui sera là ?* » : si un GP d'Andreessen Horowitz confirme sa participation à un événement, il y a fort à parier que les autres fonds suivront.

Naviguer dans le chaos

S'il n'y a que très peu de temps dans les agendas chargés des VC pour sourcer des nouvelles opportunités d'investissement, le sourcing reste une activité critique et centrale pour leur activité. Les événements tech proposent un foisonnement de nouvelles opportunités d'investissement, des centaines de founders tous plus préparés les uns que les autres à l'exercice de l'elevator pitch pour se démarquer et convaincre.

Le problème en revanche est que la cacophonie provoquée par l'enthousiasme débordant, et les salles mal insonorisées fait fuir et assure aux équipes un « non » clair et net lorsqu'ils présentent leur programme aux Partners. Charge aux organisateurs d'événement d'adresser les besoins de cette population hautement stratégique en promettant une curation ultra-personnalisée d'opportunités d'investissement, et une prise en charge 5 étoiles.

Inclusion et diversité au coeur du débat

Pour attirer les VC aux événements, faut-il alors les mettre sur scène ? Oui et non. Vincent Touati-Tomas évoque le fait de "parler pour parler": selon lui il y a « *une certaine notoriété pour le VC associée au fait de prendre la parole à un événement* ». Certains sont effectivement en quête de notoriété, et viendront volontiers prendre la parole pour se donner, et donner à leur fonds de la visibilité, et parler de leur dernier investissement ou exit réussi. Mais, malheureusement, les profils proposés sont le plus souvent masculins.

La raison n'est pas simplement une question de proportion de la représentation masculine chez les VC. Lorsqu'on aborde le sujet, plusieurs fonds nous répondent que « les organisateurs ne demandent aux femmes que de parler de diversité, ou de modérer ».

Ben Costantini évoque une étude qu'il a menée post-Covid, qui démontre qu'alors qu'avant la pandémie, 20 à 30 % des intervenants invités pour prendre la parole lors des événements étaient des sponsors, aujourd'hui, nous approchons une moyenne qui avoisine les 50 ou 60 %. Cette pression commerciale influence grandement la représentation de la diversité sur scène. L'un des effets mécaniques est que les organisateurs recrutent prioritairement des femmes, car les speakers sponsorisés sont majoritairement des hommes. Cela permet aux organisateurs d'assurer, ou d'approcher, la parité. C'est justement pour adresser ce type de problématique entre experts, et surtout y remédier qu'il existe des rendez-vous comme le Sesame Summit.



À lire aussi

Comment réussir son pitch ?



MADDYNEWS

La newsletter qu'il vous faut pour ne rien rater de l'actualité des startups françaises !

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Emilie Pierre-Desmonde