

Une étude révèle les trois leviers de succès pour les startups en 2024

Ne pas chercher à lever des fonds à tout prix ou déconstruire les stéréotypes liés aux startups sont quelques-uns des enseignements de l'étude de Mazars XFactory. L'accélérateur de startups a réalisé une étude permettant d'identifier trois leviers de succès pour les startups.

Temps de lecture : minute

17 mai 2024

« *Non à la levée de fonds à tout prix.* » C'est l'un des enseignement de la première étude réalisée par la Mazars XFactory, l'accélérateur de startups engagé en faveur de l'entrepreneuriat féminin. Grâce à elle, la structure qui accompagne 10 projets par promotion, identifie trois leviers de succès pour les startups en 2024, en amont du salon VivaTech. « *La levée de fonds vire souvent à l'obsession. Sans toujours se demander si c'est le bon moment par rapport à la maturité de la société* », estime Florence Sardas, associée et membre du Comité exécutif en charge des transformations et de la data au sein du groupe d'audit et de conseil Mazars. « *Il faut par ailleurs se questionner sur le montant à lever, dans quel but, et avoir en tête la dilution du capital.* » « *Certaines belles sociétés peuvent aussi s'autofinancer, la levée de fonds ne doit pas être un objectif en soi* », complète Catherine Abonnenc, présidente de Femmes Business Angels, qui a contribué à l'étude.

1700 startups dans 100 pays

Cette enquête, menée auprès de 1700 startups dans plus de 100 pays, grâce aux données du Female Founder Challenge, un des quatre grands prix de VivaTech, permet par ailleurs de tirer un autre enseignement. « *Il faut bannir le terme de startup* », estime Florence Sardas. « *On s'est rendu compte que derrière ce terme, il y a beaucoup de profils différents. Et quand on parle de startup, on parle surtout d'idées et d'équipes.* » Parmi les entreprises ayant permis d'alimenter l'étude, certaines sont dirigées par des solopreneurs quand d'autres comptent plus de 100 collaborateurs. Plusieurs sont aussi nées il y a 10 ans et cumulent parfois plus de 25 millions d'euros de chiffre d'affaires.

Mais la Mazars XFactory s'est surtout aperçue qu'il fallait « *déconstruire les stéréotypes liés aux startups.* » Qui peuvent être « *assez genrés* », estime la dirigeante associée de Mazars. Un constat partagé par Anne-Sophie Gervais, codirigeante de l'accélérateur Raise Sherpas, qui a participé à l'étude. « *Le monde de l'entrepreneuriat reflète les biais des entreprises traditionnelles, et manque cruellement de rôles modèles féminins. La notoriété des levées de fonds réalisées par des femmes est déterminante pour ouvrir la voie et encourager d'autres entrepreneuses.* »

« Créer de nouveaux modèles »

Dans le même temps, l'étude insiste sur le rôle à jouer des startups. « *Les entrepreneurs sont agiles, rapides. Post-pandémie, un tiers des candidatures de la Female Founder Challenge étaient dans le domaine de la santé. On voit bien que les startups ont le pouvoir d'adresser les maux de nos sociétés plus vite que les autres et la capacité incroyable de créer de nouveaux modèles et de changer les règles du jeu* », souligne Florence Sardas. Aujourd'hui, les entrepreneurs sont nombreux à s'emparer des enjeux environnementaux et sociétaux.

Dans ce domaine, on note par ailleurs le dynamisme du continent africain, avec plus de 220 projets sur quatre ans. L'étude recense ainsi une part croissante de candidatures originaires de pays émergents au Female Founder Challenge, passant de 3% au lancement, à plus de 7% en 2024. « *Les territoires dits émergents sont des terrains très fertiles pour l'innovation* », constate Florence Sardas.



À lire aussi
VivaTech : ce qu'il faut savoir avant le coup d'envoi de l'édition
2024



MADDYNEWS

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

[JE M'INSCRIS](#)

Article écrit par Jeromine Doux