

Le pitch deck grâce auquel Tilkee a levé 500 000 euros... en juillet 2014 !

Suite à la publication de leur pitch dans nos colonnes, un internaute fit remarquer au fondateur de Tilkee sur LinkedIn qu'“il serait intéressant de savoir comment ils ont levé les 500 000 euros en 2014, donc sans revenus. Cette partie-là paraît plus mystérieuse que la levée de 3 millions d'euros”. Sylvain Tillon a donc décidé de partager avec vous leur deck de l'époque.

Temps de lecture : minute

2 août 2018

Il est vrai qu'il y a plus de startups qui sont en recherche de leur premier financement (seed) que de startups qui réalisent une Série A. Et il n'y a pas plus de decks visibles sur le web. Toujours dans la même logique de transparence qui, je l'espère, sera utile à l'ensemble de l'écosystème, je propose de diffuser ce vieux Business Plan qui nous a permis de réaliser notre première levée.

Le 31 juillet 2014, nous signions une levée de fonds de 500 000 euros auprès d'Axeleo, Rhône-Alpes Création (devenu Kreaxi), Pertinence Invest et quelques Business Angels (notamment issus d'Axeleo et d'Insa Angels). Aujourd'hui, nous dirions que nous avons levé 1,1 million d'euros car nous avons complété ce financement dilutif de 600 000 euros de dettes auprès de BPI et de LCL. Et avec le recul, je me rends compte de la chance que nous avons eu de lever une telle somme avec un projet aussi balbutiant... et un logo aussi moche !

Dans un premier temps, nous avons surtout dû nous vendre NOUS, les 2 co-fondateurs - Timothée Saumet et moi-même. Nous avons mis en avant nos parcours : Tim est diplômé de Grenoble INP et dispose d'une expertise technique reconnue grâce à sa première expérience au sein d'une agence web qu'il allait céder après 8 ans. Quant à moi, diplôme EM Lyon en poche, j'ai appris de mon premier échec entrepreneurial (Lucyf'Hair, bijoux pour cheveux) puis j'ai fondé Sydo (conseil en pédagogie). Nous avons su valoriser nos expériences auprès de nos futurs partenaires - car elles représentaient un atout important. Mais nous avons surtout mis dans la balance que nous étions prêts à quitter nos deux boîtes pour nous investir à temps plein sur Tilkee et nous donner les moyens de nos ambitions. Nous avons déjà quelques utilisateurs payants convaincus et souhaitons donner toutes ses chances au projet Tilkee. Le deal était donc clair : "si on lève des fonds, on quitte nos boîtes respectives pour s'investir à 100% sur Tilkee. Si nous ne levons pas, nous n'aurons pas les moyens de nos ambitions et nous préférons tuer le projet dans l'oeuf tout de suite".

Bien choisir ses investisseurs

Le choix de ses premiers investisseurs peut largement conditionner le développement d'une startup : accélération plus ou moins forte attendue, stratégie d'exit (de vente) à anticiper plus ou moins rapidement et capacité à remettre des fonds très différente...

Évidemment, en fonction de votre projet et de votre ambition, vous pourrez pitcher face à des partenaires financiers assez différents. Et il faudra que votre projet soit adapté à ceux-ci : si vous avez pour objectif de créer une PME rentable à moyen terme et qui réalise un CA de moins de 5 millions d'euros dans 5 ans, ce sont plutôt des Business Angels ou

des fonds corporate (de votre secteur d'activité) qui s'intéresseront à votre projet. Et vous n'aurez pas intérêt à adapter votre pitch deck pour répondre aux attentes des fonds d'investissement car, par exemple, ceux-ci vous pousseront à accélérer et vous internationaliser rapidement et exigeront la vente de leurs actions (avec un rendement de x3 minimum) dans les 5 à 7 prochaines années.



À lire aussi

[Le pitch deck grâce auquel Tilkee a levé 3,5 millions d'euros](#)

Mais c'était notre choix et ça correspondait à notre projet. Nous avons donc été un peu sélectifs car nous voulions principalement être épaulés par des fonds d'investissement ! En effet, nous avons déjà en tête un développement international et d'importantes ambitions en termes de R&D qui nécessitent souvent un deuxième voire un troisième tour. De plus, nous espérons atteindre nos objectifs d'ici 5 à 8 ans, afin de vendre l'entreprise à un gros acteur du marché. Il nous fallait donc convaincre des fonds qui sauraient nous accompagner et nous guider pour y arriver.

Le processus de levée de fonds a pris 8 mois :

- Rédaction du Business Plan en décembre 2013.
- Rencontre des premiers fonds et BA de la région entre décembre et février 2014.
- Discussions qui ont avancé avec Rhône-Alpes Création entre mars et avril 2014.
- Accord sur le projet de financement et signature de la LOI en mai 2014.
- Négociation du pacte entre juin et juillet 2014.

Certaines clauses étaient un peu dures, comme celles d'exclusivité ou de distribution de dividendes... Par exemple, la clause de distribution de dividendes indiquait qu'après 5 ans, 100% des dividendes seraient touchés par les investisseurs et 0% par les fondateurs. L'objectif de cette clause était de nous "donner fortement envie" de vendre Tilkee et non de conserver une belle société rentable car on ne bénéficierait pas de cette rentabilité.

Mais nous n'avions pas 25 offres sous la main. Et nous voulions réellement démarrer cette aventure.

Éléments clés pour la validation de l'investissement

Avec le recul, nous en avons identifié 3 principaux

- Les appels à 2 de nos utilisateurs : une collaboratrice d'Orange (merci encore Isabelle !) et le directeur commercial de Gazprom (encore merci Edouard !). Ils utilisaient quotidiennement l'application et avaient vu un impact sur leur développement commercial.
- Le soutien d'un consultant / formateur commercial qui a été mandaté

pour auditer le produit... et qui est devenu client depuis lors (merci encore Edouard !).

- La relance du chargé d'affaires de Rhône-Alpes Création cinq minutes après sa lecture du deck. Cela l'a bluffé et lui a donné envie d'en savoir plus.

Parallèlement, nous avons démontré notre motivation : Tim, en vendant son entreprise et moi en quittant opérationnellement mon bébé, Sydo. Le marché était incertain. Mais le marché du CRM et du Sales Enablement semblait prometteur. Et c'est bien cette dimension humaine, que ce soit la foi dans notre projet, notre enthousiasme à le défendre et quelques rencontres positives qui nous ont permis de réaliser une première levée, autant sans doute que les chiffres dans les slides.

Evidemment, quand je revois ce pitch deck, je me dis que l'offre commerciale et marketing a bien évolué. Mais nous avons plutôt conservé notre vision produit. Et de façon assez surprenante, même si je répète à l'envi que les seuls chiffres exacts d'un business plan sont les numéros des pages, nous sommes aujourd'hui plutôt dans les clous en ce qui concerne nos prévisions de développement ! Par contre, nous n'avons pas imaginé toutes les péripéties et autres tumultes (installation aux USA avortée au bout de 6 mois, disputes avec mon associé Tim, plusieurs embauches ratées...) pour y arriver.