

La dépendance à un autre acteur plombe t-elle les startups auprès des investisseurs ?

Certaines startups ont fait le choix périlleux de s'adosser à d'autres acteurs. Une stratégie à double tranchant auprès des investisseurs.

Temps de lecture : minute

6 avril 2020

Stupeur et tremblements chez les concepteurs de chatbots : fin février, Messenger reléguait les services conversationnels dans les tréfonds de son outil de messagerie, signant la fin d'une love story qui s'est terminée aussi vite qu'elle avait débutée. Certains parviendront à pivoter, d'autres y laisseront des plumes... voire plus. C'est le risque lorsque l'on adosse son business à une technologie ou un service sur lequel on n'a aucune emprise. Les chatbots ne sont pas les seuls à vivre avec cette épée de Damoclès : conciergeries hôtelières ou systèmes automobiles embarqués sont tout autant concernés. Et parviennent à se développer malgré la menace.



À lire aussi

Facebook a-t-il tué les chatbots ?

"On a toujours été très vigilants à ne pas investir dans des entreprises trop dépendantes d'une plateforme, raconte François Véron, fondateur de Newfund. C'est une forme de vulnérabilité." Pour cela, l'investisseur revient aux fondamentaux des thèses d'investissement : la technologie et l'équipe. *"Il faut imaginer que si la plateforme à laquelle la startup est adossée propose un même service, l'entreprise sera capable de changer de modèle pour utiliser sa technologie pour un autre usage. Et c'est là toute la force des entrepreneurs en early stage : savoir tirer leur épingle du jeu d'une manière ou d'une autre."* C'est notamment cette réactivité qui a convaincu Newfund d'investir dans le service de conciergerie Luckey (anciennement Luckey Homes), racheté en 2018 par... Airbnb. Bénéficiaire d'une solide base technologique et pas seulement d'une bonne idée de service et pouvoir se reposer sur une équipe agile constituent donc une certaine garantie pour les investisseurs.

Être dépendant : un peu, beaucoup, à la folie, pas du tout

Mais comment savoir si une startup est "trop" dépendante ? Antoine Freysz, cofondateur du fonds Kerala, se fonde sur trois étapes d'analyse des dossiers : *"savoir qui tient le client - la plateforme ou l'entreprise, déterminer si la plateforme à laquelle la startup est adossée est hégémonique ou non sur son marché et enfin évaluer si la valeur stratégique peut s'inverser"* . La notion de clientèle est clé dans l'appréciation de la dépendance : dans le cas de Facebook, il est clair qu'en devenant le canal exclusif de distribution de certains chatbots, la plateforme avait droit de vie ou de mort sur leur activité. *"Il faut se rappeler qu'un investisseur aide à financer la constitution d'un actif, d'un fonds de commerce, souligne François Véron. Et lorsque l'on est trop dépendant d'un autre business, on ne sait plus à qui les clients appartiennent. Les plateformes permettent de toucher une base de clients plus grande... mais ce ne sont pas vraiment des clients de la startup."*

Au contraire, le service de conciergerie Hostnfly a réussi à éviter cet écueil, comme l'explique Antoine Freysz, qui a mené l'investissement de Kerala dans la pépite. La jeune pousse peut ainsi s'appuyer sur sa relation directe et de confiance avec ses clients - au contraire des plateformes de réservation de logements où tout est dématérialisé, n'est pas dépendante d'un seul acteur hégémonique et sa croissance peut lui permettre d'inverser le rapport de force. *"Si Hostnfly, qui est leader dans certaines villes, refusait de travailler avec certaines plateformes, cela enlèverait de la valeur à leur service dans ces zones"*, illustre ainsi Antoine Freysz. Jackpot : en juillet 2019, l'entreprise lève 9 millions d'euros, en dépit des déboires français des plateformes de réservations de courte durée.

Différencier la technologie de son usage

Certains chatbots n'ont, eux, pas su ou pas pu inverser ce rapport de force, faute d'une technologie suffisante, entrant de fait dans une relation de dépendance vis-à-vis de leur distributeur. *"Beaucoup de boîtes se sont lancées sur Messenger, se rappelle Javier Gonzalez, CEO de Botfuel. Leur seule activité était d'être des plateformes de construction de chatbots sur Messenger. Mais comme Facebook avait bien encapsulé la technologie, il était très facile d'implémenter des chatbots extrêmement simples, avec un arbre de décision fini... et qui ne présentaient donc pas beaucoup de valeur ajoutée pour l'utilisateur ou le client."*

Là encore, c'est donc la technologie qui fait la différence : les investisseurs n'auront aucun mal à financer des avancées technologiques, utilisables sur n'importe quel support, tandis qu'ils rechigneront à parier sur un service à l'utilité restreinte voire parfois contestable, difficilement exportable sur une autre plateforme que Messenger. Certains acteurs, notamment les plus récents ou les moins bien financés, n'ont pas eu les moyens de changer de braquet. Ainsi, le fondateur du chatbot Mmmh justifiait-il en janvier la fin du service par le changement de politique de Facebook : *"du jour au lendemain, plusieurs fonctionnalités de Mmmh sont devenues purement et simplement incompatibles avec la nouvelle version de Facebook Messenger, provoquant une succession de dysfonctionnements techniques et esthétiques. Ce pivot de la part de Facebook Messenger a précipité la décision que je n'aurais peut-être jamais eu le courage de prendre"*.

Reste que la force d'une startup est de savoir s'adapter. C'est ce qu'a par exemple prouvé Hugging Face, qui a pivoté d'un service de chat pour adolescents à un projet de recherche de grande envergure sur le langage naturel. Pari gagnant : la startup a levé 13,5 millions d'euros en décembre.

Article écrit par Geraldine Russell