

LIVRE BLANC

COMMENT RÉUSSIR SA LEVÉE DE FONDS ?

14/04/2016



01 | LEVER LE BON FONDS AU BON MOMENT

Il existe un certain nombre de fonds auxquels on peut faire appel lorsque l'on crée une start-up et ces fonds interviennent à des périodes différentes du cycle de vie de la création d'une entreprise.

LANCEMENT DE L'ACTIVITÉ

Lors de la phase de lancement, quand l'équipe est constituée, que l'idée est claire et précise mais qu'il manque des ressources financières pour apporter des précisions à l'offre, la compléter, la tester ou même créer un prototype, les créateurs de start-up ont besoin de faire des appels de fonds. Cette étape peut s'avérer compliquée puisque les investisseurs potentiels manquent d'informations pour se lancer dans un projet. Hormis les informations sur l'équipe entrepreneuriale et le projet, les informations dont ils disposent restent plus ou moins risquées.

Il existe plusieurs sources de financement. La première est ce que l'on appelle la **lovemoney**. Il s'agit d'une levée de fonds réalisée auprès de ses proches. C'est souvent la première solution à laquelle on pense, et la plus simple à réunir. En effet, il est fréquent qu'une fois que les associés ont réuni leur capital, ils fassent appel à leur entourage avant de lever des fonds auprès de personnes neutres. Par ailleurs, les montants obtenus grâce à la lovemoney ne sont en général pas très élevés. Ils peuvent aller d'une centaine d'euros à quelques milliers au maximum. A partir du moment où un ami ou un membre de la famille prête de l'argent à l'entreprise, il en devient actionnaire. Cette solution est la plus simple au niveau des démarches mais malheureusement peut avoir tendance à compliquer les relations avec ses proches. Le fait de faire appel à cette démarche dans un premier temps permet de montrer aux investisseurs que le ou les créateurs ont fait l'effort d'aller chercher des fonds ailleurs avant de se présenter à eux. Ce qui est également bon à savoir pour le « proche investisseur » est qu'il pourra bénéficier de réductions fiscales en raison de cet apport en

capital d'une PME. La réduction d'impôt pour les personnes investissant dans des entreprises non cotées en bourse pour les aider à se créer ou à se développer est de 18% de la somme versée.

Une autre tendance qui s'est largement développée ces dernières années et qui est devenue une pratique courante dans les start-up est le recours au **crowdfunding**. La traduction française est « financement participatif ». Le principe est simple : un grand nombre de personnes investissent sur des projets présentés sur des plateformes de financement. Non seulement cette démarche permet d'obtenir un financement utile pour sa création mais il permet également de faire connaître son projet et de faire adhérer un maximum de personnes au concept que l'on est en train de développer.

Il existe quatre types de crowdfunding :

- **Le don** : une personne physique ou morale donne de l'argent sans rien attendre en retour de son investissement. Cette démarche est cependant rare dans le cas de la création d'entreprise, il s'agit plus d'une solution réservée pour le domaine associatif ou les projets très personnels. (*Ex : Arizuka, Justgiving...*). Il existe des plateformes de financements participatifs localisées à Bordeaux telles que *HelloAsso*.

- **Le financement sans contrepartie financière** : en échange d'un montant versé pour un projet auquel on veut participer, l'investisseur reçoit un objet ou un service. La valeur de ces derniers varie en fonction du montant versé par l'investisseur. C'est le modèle de financement participatif le plus répandu (*Ex : Kickstarter, Ulule etc.*).

- **L'equity** : le financement avec prise de participation : en échange d'un investissement dans l'entreprise, les personnes physiques ou morales prennent des participations dans l'entreprise. L'intérêt de la démarche pour l'investisseur est qu'il va pouvoir recevoir des retours sur son investissement en cas de bonne marche de l'entreprise. Ce modèle est en développement. De plus en plus de

plateformes de financement participatif se créent dans ce sens (*ex : investir99*) et les plateformes déjà existantes font évoluer leur offre vers ce modèle (*ex : Ulule entreprises*).

- **Le prêt participatif** : il s'agit de prêts entre particuliers, de micro crédits ou encore de prêts entre entreprises et particuliers.

A Bordeaux, la CCI a choisi de développer sa propre plateforme de financement participatif : Bordeaux Gironde Funding. Cette plateforme met en relation les citoyens et les entreprises locales.

Fidaquitaine a rédigé de nombreux articles sur ce sujet et a organisé la matinée du financement participatif en 2015 (#matinéeFP). Vous retrouverez des informations précises sur notre site, mais aussi sur Slideshare et Youtube.

Par ailleurs, il est toujours possible de participer à des concours afin de récolter des fonds. En effet, les concours vont permettre aux start-up non seulement de récolter de nouvelles ressources financières mais aussi de s'entraîner à présenter le projet que ce soit à l'écrit sous la forme de business plan ou à l'oral sous la forme de pitch. Les concours sont aussi un moyen de tester son projet auprès du grand public. Lors de ces concours il est d'autant plus intéressant de mettre en avant l'atout de son business qui permettra de faire la différence : par exemple le caractère très novateur du produit ou une équipe composée uniquement de femmes. Il y a des concours qui s'adressent à tous types d'entreprises comme le *Concours national de la création d'entreprise*. Cependant, la plupart des concours s'adressent à des segments plus resserrés. En voici quelques exemples :

- *Concours initiatives 2016 organisé par la CCI de Bordeaux* : à destination des entreprises appartenant à des clubs.

- *101 projets* : financement de 101 projets portés par des entrepreneurs de moins de 25 ans.

- *Trophées de l'entrepreneuriat au féminin* : concours pour mettre en avant la création d'entreprises par les femmes.

- *Concours national de la création d'entreprises agroalimentaires*.

- *Prix de l'innovation universal biotech* (secteur de la santé).

- *Concours foodcreativ* (secteur agroalimentaire).

- *Concours creative start-up* (secteur de l'image et de la création numérique).

De plus, un nouveau type de concours voit le jour : le « Business pitch contest ». C'est un modèle qui vient des USA qui consiste à pitcher son projet devant un jury à l'image des concours télévisés dans le domaine de la chanson. Le jury en sélectionne un qui remportera alors une certaine somme. Mais cela ne s'arrête pas là puisqu'en plus du gain financier, la start-up aura la chance de montrer son projet lors d'émissions télévisées. Ce type de concours s'est également adapté aux nouvelles technologies et à la tendance générale du partage puisqu'il existe des concours pour les entrepreneurs qui consistent à présenter leur projet sous la forme d'une vidéo qui sera diffusée en ligne afin que les gens du monde entier puissent aller voter pour leur projet favori. Les concours permettent, comme le crowdfunding, de rassurer les autres leviers de financement.

Ensuite, les porteurs de projet de start-up peuvent faire appel, lors de la phase de création ou au début de leur développement, à **des aides publiques**. Le premier type d'aide est le prêt d'honneur. Il s'agit d'un prêt à taux zéro qui ne demande ni garanties ni cautions et qui est remboursable en 4 ou 5 ans. Ce prêt est généralement accordé par le *Réseau entreprendre* ou l'association *Initiative France*. Une autre aide relevant du domaine public vient de Pôle emploi. Il s'agit d'indemnités chômage qui sont versées sur la durée des droits restants et qui permettent ainsi de toucher s'assurer des revenus pendant une période de démarrage. Par ailleurs, certains organismes publics mettent en place des subventions pour les créateurs d'entreprise. Certaines de ces subventions sont régionales alors que d'autres sont nationales. D'abord, *BPIFrance* a mis en place une aide à

la création d'entreprise innovante qui permet d'obtenir une bourse qui peut aller jusqu'à 45000 euros pour aider les start-up à financer le développement de leur innovation.

Certaines aides de la BPI sont propres à la région Ile-de-France (fonds régional d'innovation). La chambre de commerce et d'industrie ainsi que la chambre des métiers et de l'artisanat proposent également des aides aux créateurs. Le programme NACRE propose ainsi un prêt à taux zéro d'une valeur pouvant aller de 1000 à 10000 euros. Cette aide s'étend au-delà du financier puisque le créateur bénéficie d'un accompagnement personnalisé. Certaines CCI mettent également en place des fonds pour aider les jeunes créateurs d'entreprise ou les femmes qui se lancent dans l'aventure entrepreneuriale. *La chambre des métiers*, pour sa part propose également des solutions de micro-crédit, de prêt d'honneur ou encore de garanties bancaires. La chambre des métiers et de l'artisanat (CMA) organise également des concours à destination de publics spécifiques : pour les jeunes et pour les artisans. Ils ont également un rôle d'accompagnateurs.

ÉTAPE DE DÉVELOPPEMENT

Lors de la phase de développement, le projet est plus mature, l'offre a été présentée à différents interlocuteurs et testée auprès d'eux. Cependant, les start-up doivent poursuivre leur périple propre à la conquête de levées de fonds afin de se donner toutes les chances de se commercialiser de la meilleure manière qu'il soit, et de continuer à développer l'offre. A cette phase, vont donc intervenir de nouveaux acteurs.

Tout d'abord, les structures d'accueils telles que les **incubateurs** et les **pépinières** interviennent très rapidement dans cette phase. On peut considérer que c'est une phase charnière entre le lancement et le développement. Ces structures sont là pour accompagner les start-ups lors de leur développement. Cet accompagnement passe aussi bien par une aide à la conception du business plan que par un entraînement aux levées de fond. C'est

pourquoi, chacun a intérêt à se rapprocher de ces établissements.

Pour leur part, les pépinières ne proposent que très rarement un processus d'accompagnement individualisé. Cependant, leur avantage est qu'elles offrent un local à moindre coût ainsi que la gestion des tâches administratives. Il existe par ailleurs des pépinières spécialisées dans l'innovation. A Bordeaux, on compte cinq pépinières dont une spécialisée dans le domaine de l'innovation :

- *Bordeaux Unitec* : spécialisée dans le secteur de la technologie, des usages numériques, de la bio-santé, les technologies et les sciences de l'ingénieur.

- *Arc Sud Développement* : pépinière généraliste.

- *Pépinière éco créative bordeaux Chartrons* : domaine de l'économie créative, des technologies de l'information et de la communication et des éco-activité.

- *Pépinière Bordeaux Sainte-Croix* : pour les artisans.

- *Le campement (Darwin)* : pépinière pour les entreprises dans le domaine du développement durable, de l'entrepreneuriat social et des innovations d'usage.

Les incubateurs offrent un accompagnement plus poussé grâce aux responsables d'incubateur. Ils mettent également à disposition des start-up incubées du matériel technologique, des services ou encore un accès au réseau de l'incubateur. A Bordeaux, on retrouve différents incubateurs :

- *Bordeaux productic* : incubateur généraliste.

- *L'auberge numérique* : pour les porteurs de projet innovants.

- *Incubateur régional d'Aquitaine* : projets avec un caractère innovant, une faisabilité technique et un potentiel économique.

- *Bordeaux Technowest* : métiers de l'aéronautique, spatial et de la défense.

- *M3* : secteurs de l'écotech-environnement, des biotechs, de la santé, le secteur vitivinicole, du numérique et de l'électronique.

- *Incubateur de l'INSEEC* : réservé aux

anciens étudiants et aux étudiants actuels de l'INSEEC.

Ainsi, les structures d'accompagnement vont aider les porteurs de projets innovants à se préparer pour lever des fonds importants. Leur objectif est de faire mûrir le projet afin qu'il soit prêt à être présenté devant les Business Angels par exemple. Les **Business Angels** sont des personnes physiques avec un patrimoine relativement important qui décident d'en investir une partie dans des projets innovants avec un fort potentiel de rentabilité. En plus d'un apport financier, le business angel est très souvent une personne active dans le monde de l'entrepreneuriat avec un réseau très développé qu'il fait partager à la société qu'il choisit d'accompagner. L'objectif des business angels est évidemment de parvenir à repérer les projets avec le potentiel de développement le plus important qui leur permettra alors d'avoir un bon retour sur investissement. A la vue de cet objectif, on comprend bien que le business angel a tout intérêt à aider la société à se développer, c'est pourquoi il partage avec les porteurs de projet ses connaissances techniques et ses compétences. Ces acteurs apportent des gros montants (entre 100.000 et 600.000 euros d'une manière générale). Une fois de plus, le fait de faire appel à des business angels permet non seulement d'augmenter les capitaux propres mais est aussi une preuve de la volonté de réussir qui influera la décision des établissements bancaires d'accorder un prêt. La démarche pour lever des fonds auprès de business angels est la même que pour les autres investisseurs : il s'agit de rédiger un dossier de présentation de projet, de pitcher le projet devant des investisseurs, puis, les business angels réalisent en général un audit avant de signer le pacte d'actionnaire. A Bordeaux, on retrouve *Finaqui*, une association de business angels spécialisés dans les projets qui sont en début de développement. Au niveau national, il y a *FranceAngels*, la fédération des réseaux de business angels. Ces deux structures peuvent alors permettre de rentrer en contact facilement avec les business angels. Au niveau national il existe également le réseau *Femmes*

Business Angels militant pour l'entrepreneuriat féminin.

Ensuite, lors de cette étape de développement, il est fréquent que les start-up fassent appel à **des fonds d'amorçage**. Les fonds d'amorçages sont généralement levés en parallèle avec les fonds du business angel ou juste après. La valeur de ces fonds varie entre 100.000 et 500.000 euros. Ces apports en capital sont spécialisés pour les entreprises innovantes. La particularité de ces fonds est qu'ils sont en général semi-publics. Il peut s'agir d'actionnaires publics (état, région ...) ou privés (banques, assurances ...). En Aquitaine, il existe deux réseaux de fond d'amorçage : *Galila Venture* (tous secteurs d'activité) et *IRDINOV* (secteur agro-industrie, aérospatial et de la santé).

➤ CROISSANCE ET MATURITÉ DU PROJET

Entre la phase de développement et la phase de croissance, les start-ups ont la possibilité de faire appel à un autre type de fond : **le media for equity**. Le principe est simple, il s'agit d'offrir de la visibilité aux entreprises innovantes fonctionnant en B2C en échange de capital. Cela a pour objectif de permettre aux start-ups de se faire connaître facilement, et à moindre coût. En effet, il y a une négociation qui s'opère entre les groupes médias et la start-up afin de voir combien de pourcentage de capital est donné au groupe en échange d'une bonne visibilité. Les start-up ne font ainsi pas appel à leur trésorerie pour financer leur visibilité. Les médias quant à eux se développent dans le domaine des start-ups d'une manière simple. Des fonds de media for equity ont été créés. Ils regroupent différents médias, et ainsi plusieurs canaux ce qui est bénéfique pour les start-ups. En France, le groupe media for equity le plus connu est *5M Venture*. Le media for equity a fait naître des principes plus hybrides proposant une meilleure visibilité de la start-up et également un fond d'investissement. En France, *Express Venture* propose ce type d'offre.

Cette solution est à manipuler avec précaution. En effet, il faut faire appel au media for equity au bon moment afin de ne pas communiquer trop rapidement sur son offre. De plus, il faut faire attention à ce que le média visé dispose bien de la cible que l'on souhaite atteindre. Il est également préférable de faire appel à des groupe de media for equity plutôt que directement à des médias afin que la relation soit la plus neutre possible et qu'aucun conflit d'intérêt ne rentre en jeu.

Afin de procéder à une levée de fonds de ce type, la start-up doit créer et déposer un dossier de présentation de l'entreprise. Par ailleurs, c'est le groupe de media for equity qui va procéder à une analyse de l'entreprise afin de voir son niveau de développement, de comprendre son besoin de visibilité. L'idée est de mettre en place une relation gagnant-gagnant. Ainsi, les deux parties vont échanger. En effet, plus l'action de communication sera efficace, plus la notoriété de l'entreprise sera importante et ainsi plus elle pourra séduire de nouveaux clients et développer son chiffre d'affaires. Or, plus l'activité de l'entreprise se développe et plus les groupes médias auront un retour intéressant sur le service qu'ils auront donné. En général, les groupes par la suite vendent les parts qu'ils ont pu acquérir lors de la négociation. Ces parts ne dépassent pas en général 25% du capital.

Un autre fond, plus connu, qu'il est possible de lever lorsque l'on est dans une phase de croissance est le **capital-risque** (ou venture capital). Le capital risque est à destination des sociétés innovantes ou technologiques avec un fort potentiel de croissance et donc de retour sur investissement. Les sociétés sont non cotées, et l'investisseur prend une part du capital en échange d'un apport financier. L'investisseur reste en général minoritaire dans la société ; son objectif est de faire croître la société afin d'augmenter au maximum son retour sur investissement. Le capital-risque peut intervenir à différents moments de la vie de l'entreprise. En effet, il en existe deux types :

- Le premier tour de table : l'idée est trouvée

mais très innovante. Ainsi, il est indispensable de la travailler, de créer une entreprise pour la développer et la tester, de l'améliorer et d'y associer des services afin qu'elle soit prête à arriver sur le marché. Le fond de capital-risque servira à financer tous ces éléments.

- Le deuxième tour de table : le produit ou le service innovant a été testé, il est prêt à être commercialisé. Mais la commercialisation demande des frais importants qui seront couverts par le capital-risque. On parle également dans cette situation-là de **capital développement**. Le capital développement est ainsi davantage à destination des entreprises déjà établies avec une bonne rentabilité mais qui souhaitent garder une belle croissance. Comme son nom l'indique, le capital développement sert à développer d'avantage des entreprises existantes.

Le fonctionnement pour lever ce type de fonds est le même que celui pour lever les autres fonds présentés précédemment : réalisation d'un dossier composé de la présentation de l'entreprise et d'un business plan ainsi que sa stratégie de développement. Ensuite, l'investisseur va analyser l'entreprise, puis, s'il accepte d'échanger avec l'entreprise, il a trois solutions :

- Obtenir des actions ordinaires et des obligations convertibles.
- Obtenir des actions à dividendes prioritaires.
- Faire des avances en compte courant d'associés.

Les investisseurs vont rester dans l'entreprise entre 3 et 7 ans. Ils vont s'assurer que l'entreprise fonctionne bien, croisse suffisamment et atteigne une phase de maintien avant de se retirer du capital. Ils peuvent choisir de se retirer de la société de quatre manières différentes : une réduction du capital, le rachat des titres par les associés, la fusion-absorption (revente des titres à une autre société) et enfin l'introduction en bourse.

Il existe quatre réseaux de capital risque en Aquitaine :

- *Galia Venture* : tous secteurs.
- *Aquitaine création investissement* : secteur de l'industrie et des services à l'industrie.

- *Aqui invest* : secteur de l'industrie et des services à l'industrie.

- *Techno start* : secteur de l'aéronautique, spatial défense et écotechnologies.

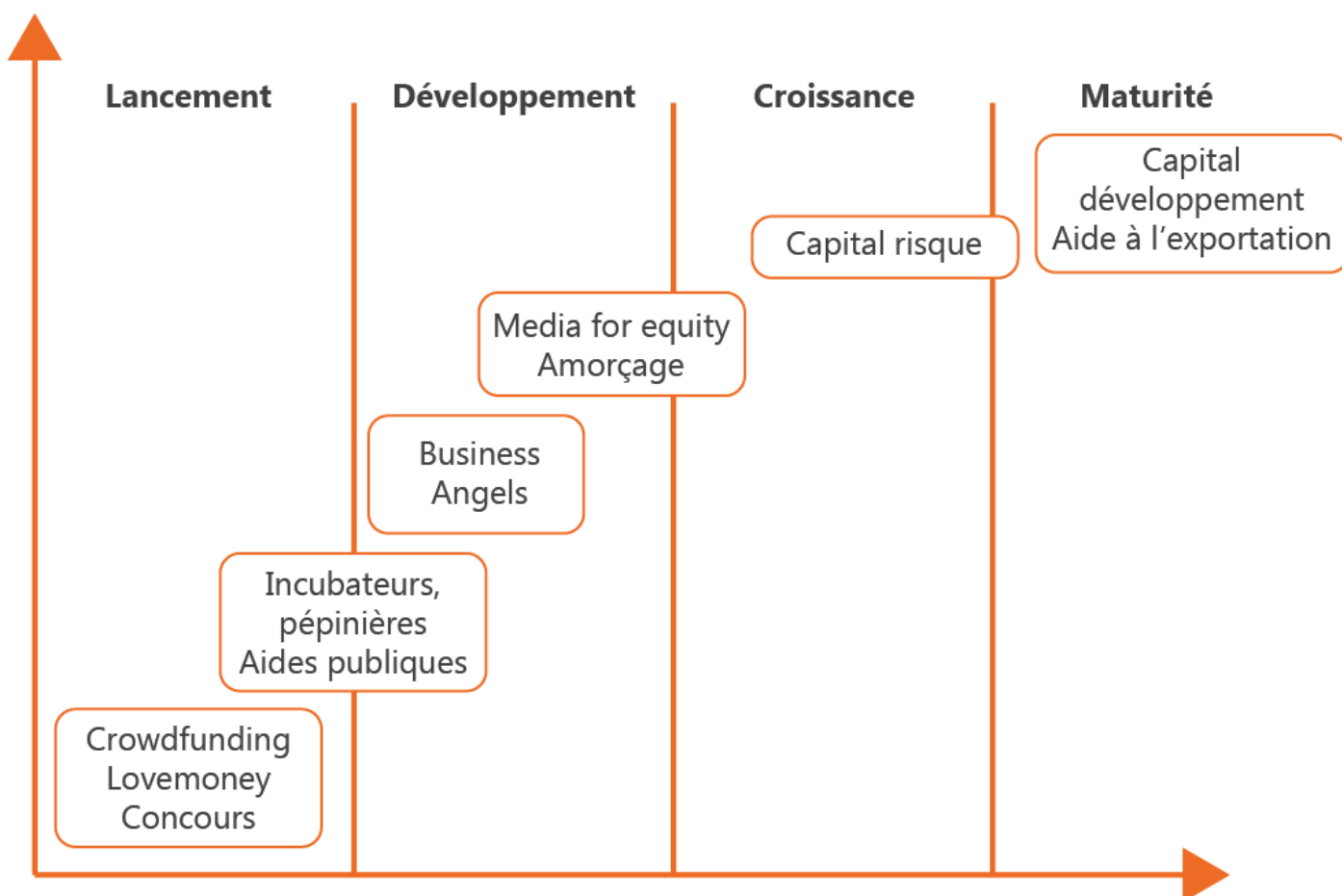
Au niveau du capital développement, il existe également différents réseaux en Aquitaine. *IRDI*, *Aquitaine création investissement* et *Aqui invest* cités précédemment sont actifs au également au niveau du capital développement. Mais il existe deux réseaux exclusivement tournés vers le capital développement, il s'agit de :

- *ICSO* : tous secteurs
- *Galia Investissement 3* : tous secteurs

Enfin, si la start-up a vocation à se développer à l'international, il existe des aides publiques destinées à les aider à s'exporter, on parle **d'aides à l'exportation**. Le *prêt export*, géré par la BPI, aide les PME et TPE à se développer à l'international. Le montant versé varie entre 30.000 et 5.000.000 euros, et aucune garantie n'est demandée. Ce prêt est plutôt

facilement accessible, et il dispose de l'avantage de bénéficier d'un différé de remboursement de deux ans. Par ailleurs, *les garanties prospection* de la Coface sont à destination des start-up s'exportant pour la première fois. Ces garanties prennent en charge un certain nombre de dépenses. Enfin, au niveau local, il est possible de pouvoir bénéficier d'aides supplémentaires.

Au niveau de l'Aquitaine, le *Pass'export* permet d'accompagner les entreprises d'Aquitaine dans leur stratégie de développement à l'international. Mais attention, il faut être prudent lorsque l'on se lance dans ce type de stratégie. Avant de se lancer, il faut bien réfléchir aux objectifs que l'on veut atteindre et aux enjeux d'une telle démarche. Il est nécessaire d'échanger avec des start-ups qui se sont lancées dans la vente à l'international. Par ailleurs, il faut bien penser à tout ce que cela peut faire évoluer notamment au niveau de l'offre qui doit s'adapter au pays où l'on se rend.



02 | LA MÉTHODE

Afin de réussir sa levée de fonds, il est important de respecter un certain nombre de règles et d'étapes importantes. La levée de fond demande un travail de préparation en amont pour réussir. De plus, les investisseurs vont exiger des documents précis dont il faut soigner le contenu.

UNE PRÉPARATION AU CORDEAU

Tout d'abord, le travail de préparation commence par le choix du timing. Il est important de s'occuper d'une levée de fonds à un moment où l'entreprise n'est pas dans une situation d'urgence. En effet, la levée de fonds demande beaucoup de temps, il faut s'y prendre entre 6 et 9 mois à l'avance. Par ailleurs, un autre point important est que la levée de fond doit se faire lorsque l'entreprise est dans une période satisfaisante en termes de trésorerie. En adéquation avec la partie précédente, lorsque l'on fait une levée de fonds, il est important de lever les bons fonds au bon moment. Par exemple, il est voué à l'échec de faire une levée de fonds de capital-risque au lancement d'une affaire.

Dans un second temps, il faut avoir une stratégie précise et être sûr de l'utilité des fonds que l'on parviendra à obtenir. En effet, il est important pour soi mais aussi pour les investisseurs de sentir où on veut aller et en quoi les fonds que l'on demande vont nous permettre d'atteindre les objectifs fixés. L'investisseur aime savoir à quoi va servir l'argent qu'il met dans une entreprise, et a besoin de savoir si la stratégie de l'entreprise est réellement de se développer. En effet, son but est d'investir dans les entreprises avec le plus de potentiel pour maximiser son retour sur investissement.

Ensuite, il faut bien identifier les exigences requises pour chaque type de fonds. En effet, même si en général les investisseurs demandent les mêmes éléments (business plan et pitch), certains demandent des éléments supplémentaires qu'il faut prendre en considération pour mettre toutes les chances de

son côté d'obtenir l'investissement désiré.

Lors de la création de l'entreprise et du choix du statut juridique, il faut d'ores et déjà penser à d'éventuels besoins de levées de fonds. En effet, même si cela peut paraître précoce, le statut juridique a une influence sur la levée de fonds, certains la simplifient alors que d'autres la compliquent. Le statut juridique qu'il faut privilégier lorsque l'on crée une start-up et que l'on a la volonté d'accueillir de nouveaux actionnaires est la SAS. En effet, cette structure a l'avantage de simplifier les rapports entre les actionnaires notamment grâce à la souplesse accordée au niveau de la rédaction des statuts. Un autre avantage est que les SAS plaisent aux investisseurs, elles sont selon eux synonymes de sérieux et d'ambition contrairement aux microentreprises.

Enfin, avant de se lancer dans une levée de fonds il y a un travail important sur trois éléments centraux :

1. L'équipe entrepreneuriale
2. La stratégie marketing : le business plan
3. Le pitch

Le premier élément est donc l'équipe entrepreneuriale. Il est primordial d'être sûr de l'équipe du projet, de ses compétences mais aussi de sa solidité. En effet, c'est le seul élément concret qu'une start-up peut présenter à d'éventuels investisseurs. Ces derniers ont besoin d'être rassurés puisqu'on va leur présenter uniquement des hypothèses.

Critères d'une bonne équipe :

- Être soudés : les investisseurs ont besoin de sentir que l'équipe est soudée et prête à affronter les obstacles.
- Disposer de toutes les compétences nécessaires à la réussite du projet : en effet, même si le business plan est parfait, les hommes et leurs compétences sont indispensables à sa réalisation.
- Complémentarité entre chacun des associés au niveau professionnel mais aussi au niveau personnel et relationnel.

Il va alors falloir se consacrer à des

éléments plus concrets qui sont la rédaction du business plan et la mise en place du pitch.

Tout d'abord, concernant la rédaction du business plan, il doit comporter un certain nombre d'éléments :

a) Présentation du projet d'entreprise, du marché et de la stratégie mise en place : explication précise et concrète de l'offre de produit ou de service. Il faut mettre en avant le côté novateur du projet. Rédiger quelques notes sur le marché en précisant le positionnement, la cible, la concurrence (bien montrer que la start-up dispose d'un véritable avantage concurrentiel). Dans la stratégie, il faut aborder les aspects commerciaux, marketing et de communication, mais aussi de production.

b) Présentation de l'équipe entrepreneuriale. Comme dit précédemment, elle est au cœur d'un business, et la rédaction d'un business plan est l'occasion de la mettre en avant en appuyant sur la complémentarité de chacun des membres, sur leurs performances ainsi que sur la solidité de la relation entre les hommes et le projet. Dans cette partie, il est également conseillé d'annoncer le statut juridique choisi en précisant la répartition et le montant du capital.

c) Le prévisionnel financier. Le prévisionnel doit être composé d'un compte de résultat et d'un bilan prévisionnel, d'un budget prévisionnel de trésorerie, d'un tableau de financement, d'un tableau des investissements, du calcul du besoin en fonds de roulement et du seuil de rentabilité.

Le business plan doit être très cohérent. Il est préférable d'en faire uniquement un et non pas trois avec différentes hypothèses (une haute, une basse, une probable). Il faut que le business plan colle au maximum avec la réalité et qu'il contienne le minimum d'hypothèses.

Ensuite, le pitch est fondamental lors d'une levée de fonds. Il a pour objectif de présenter en quelques minutes son projet. Il s'agit de séduire les investisseurs en quelques phrases qui attirent la curiosité. Le pitch doit mettre en avant un seul message, il est composé du nom

du produit, de sa fonction, de sa cible, de son prix, de son avantage concurrentiel et se termine par un appel à réactions. Le pitch ne doit surtout pas être une description trop technique et ne doit comporter aucun élément abstrait. Il faut donc fournir un travail important sur la sélection des éléments que l'on souhaite mettre en avant et sur la façon de le faire notamment en utilisant des formules et des phrases audacieuses.

Il faut également garder en tête que les investisseurs, s'ils sont séduits par le projet, réaliseront un audit complet de la société au niveau juridique, fiscal et financier. Il est donc important d'anticiper cet audit en s'assurant que tous les éléments fiscaux, juridiques et financiers sont clairs et ne comportent pas d'erreurs. Cela permettra également d'apporter des réponses précises aux investisseurs aux éventuelles questions qu'ils seront amenés à se poser.

PLANIFIER SA LEVÉE

Une levée de fonds est un long processus qui se fait en différentes étapes. La première est de savoir choisir les investisseurs qui seront capables d'apporter des conseils, des compétences supplémentaires et non uniquement des fonds financiers. En effet, le but de lever des fonds ne s'arrête pas seulement à l'argent, il est intéressant que l'investisseur fasse partager à l'entreprise son réseau, et ses compétences. En effet, les investisseurs sont souvent des personnes qui ont une forte connaissance du secteur d'activité dans lequel ils souhaitent investir. Un premier moyen de rechercher les investisseurs est de faire appel aux différents acteurs de son réseau. Sinon, comme dit précédemment, il existe des réseaux d'investisseurs (capital-risque, business angel etc.) qui ont pour rôle de mettre en contact les investisseurs et les projets porteurs.

Une fois les investisseurs sélectionnés, il est temps d'entrer réellement dans le vif du sujet !

- Le premier rendez-vous : le premier rendez-vous consiste à « pitcher » le projet. C'est à cette première étape qu'une grande partie de la levée de fonds se joue. Il faut parvenir à séduire les investisseurs dès cette première rencontre.

Ainsi, lors du pitch, il est important de dévoiler un certain nombre d'éléments afin de séduire les investisseurs mais il reste pour autant primordial de ne pas tout dévoiler. En effet, comme les investisseurs des projets parfois similaires, il faut donc rester prudent ! Ils deviendront peut être actionnaires de votre principal concurrent !

- Les autres rendez-vous : les rendez-vous qui suivront auront pour objectif d'apporter des informations complémentaires sur le projet. Les investisseurs poseront de nombreuses questions afin d'obtenir des explications plus précises.

- Le passage devant le comité d'investissement : à la suite de ces différents rendez-vous, le ou les porteurs de projet devront aller présenter le projet sous la forme d'un pitch et de questions/réponses au comité d'investissement.

- L'émission de la lettre d'intention : une lettre d'intention est alors émise si les investisseurs présentent de l'intérêt pour le projet. Cette lettre présente les conditions du contrat et va donc être à l'origine du départ de nombreuses négociations. Les deux parties vont exposer leurs souhaits, et essayer de trouver un compromis.

- L'accord est trouvé : une fois que l'accord est trouvé, les apporteurs de fonds

vont procéder à une due diligence (anticiper tous les éléments qui pourraient être néfastes à une opération) auprès de l'entreprise au niveau financier, juridique et fiscal. Si cet audit ne présente aucun élément pouvant porter préjudice au bon fonctionnement de l'entreprise et au deal trouvé entre les deux parties, un pacte d'associés est signé. Ce n'est qu'après signature du pacte que les fonds seront débloqués.

A. Le projet doit :

- Etre innovant.
- Avoir du potentiel.
- Laisser présager une forte croissance.

B. L'équipe doit être :

- Soudée.
- Complète.
- Complémentaire.

C. Le business plan doit être :

- Cohérent.
- Complet.
- Concis.

D. Le pitch doit être :

- Attrayant.
- Clair.
- Séduisant.

03 | LES CONTACTS LOCAUX À BORDEAUX

NOM	ADRESSE	NUMÉRO	SERVICE COMMUNICATION
AIDES PUBLIQUES			
CCI Bordeaux	17 Place de la Bourse, 33076 Bordeaux	05 56 79 50 25	05 56 79 52 48 (Philippe Garcia)
Réseau entreprendre Aquitaine	Darwin Ecosystème, 87 quai de Queyries 33100 Bordeaux	05 57 22 64 64	communication@reseau-entreprendre.org
BPI France Aquitaine	Immeuble Bordeaux Plaza 1, 1 Place Ravezies, 33042 Bordeaux	05 56 48 46 46	(Patrick Begay)
CMA Bordeaux	46 Rue Général de Larminat, 33000 Bordeaux	05 56 99 91 00	05 56 99 91 00
PÉPINIÈRES			
Bordeaux Unitec	162 avenue du Docteur Albert Schweitzer 33600 PESSAC	05 56 15 80 00	Info@bordeauxunitec.com
Arc Sud développement	21 Avenue du Général Castelnau, 33140 Villenave-d'Ornon	05 57 99 01 60	info@arc-sud-developpement.com
Pépinière éco créative Bordeaux Chartrons	9 Rue André Darbon, 33300 Bordeaux	05 57 85 83 54	t.cao@emploi-bordeaux.fr +33 (0)5 57 85 83 54 (Thuy Thuy Cao)
Pépinière Bordeaux Sainte-Croix	11 rue du Port 33800 Bordeaux	06 87 26 82 40	economie33@artisanat-aquitaine.fr
Le Campement	87 quai de Queyries 33100 Bordeaux	05 47 50 05 91	

INCUBATEURS			
Bordeaux Productic	3 Chemin de Marticot, 33610 Cestas	05 56 21 59 59	contact@bordeaux-productic.org
L'auberge numérique	137 rue Achard 33300 Bordeaux	05 57 57 01 01	05 47 50 10 34 aec@aecom.org
IRA	351, cours de la Libération 33405 Talence	05 40 00 33 33	contact@incubateur-aquitaine.com
Bordeaux Technowest	25 rue Marcel Issartier 33700 Mérignac	05 56 34 35 44	g.chalie@technowest.com (Grégoire Chalie)
M3	1 allée Jean Rostand 33651 Martillac	05 56 64 82 00	contact@technopole-bordeaux-montesquieu.fr
BUSINESS ANGELS			
Finaqui	61 rue du Château d'eau 33076 Bordeaux		contact@finaqui.fr
France Angel	16 Rue de Turbigo, 75002 Paris	01 44 82 77 77	
Femmes business angels	23 Rue Jean-Jacques Rousseau, 75001 Paris	06 77 60 76 61	
CAPITAL - RISQUE			
Galia Venture	2 Rue Piliers de Tutelle, 33000 Bordeaux	05 57 81 88 10	contact@galia-gestion.com
5M Venture	14 rue Georges Ville 75116 Paris	01 84 16 45 15	info@5Mventures.com
Aquitaine Création investissement Aqoi invest Aquitaine Amorçage	162 av du Dr A.Schweitzer 33600 Pessac	05 56 15 11 90	
Techno start (Bordeaux technowest)	25 rue Marcel Issartier 33700 Mérignac	06 80 01 94 20	f.baffou@technowest.com (François Baffou)

SOURCES

- French funding :
<http://frenchfunding.fr/la-levee-de-fonds/#.Vw87cvmzKm4>
- Levée de fonds ooreka :
<http://levee-de-fonds.ooreka.fr/comprendre/levee-de-fonds-love-money>
- APCE/AFE :
<https://www.apce.com/>



FID STARTUP

PACKAGE FOR YOUR BUSINESS GROWTH

ENSEMBLE,
CULTIVONS VOTRE RÉUSSITE !



WWW.FIDAQUITAINE.COM

**CABINET FIDAQUITAINE
EXPERT-COMPTABLE**

BORDEAUX
3 Av. Georges Clemenceau
33150 CENON

PÉRIGUEUX
26 rue Chanzy
24000 PÉRIGUEUX

05 56 40 94 20 | **05 53 46 65 16**