

Réussir sa **LEVÉE** de **FONDS**

Nouveau produit, développement à l'international... Pour être concrétisées, ces ambitions nécessitent des fonds, que même une entreprise dynamique peut rarement sortir de sa poche. L'une des solutions ? Céder des parts de sa société à des investisseurs qui convoitent, en retour, une rentabilité à plus ou moins long terme. Faire entrer des actionnaires au capital rebute certains chefs d'entreprise qui craignent de perdre le contrôle. Pas de paranoïa, gardez toujours en tête que vous partagez le même objectif : faire fructifier l'existant.

DOSSIER RÉALISÉ PAR FANNY PERRIN D'ARLOZ
→ redaction@chefdentreprise.com

→ sommaire

Étape 1

Passez les investisseurs potentiels à la loupe

Étape 2

Bétonnez votre dossier sans le plomber

Étape 3

Cap sur la négociation finale !

Étape 4

Et après la levée de fonds ?



Passez les investisseurs potentiels à la loupe

Tous les investisseurs ne se valent pas, tant sur leur expérience de votre secteur d'activité que dans leur stratégie. Pour vous décider, ne perdez jamais de vue votre objectif final.

Lexique

Le capital-investissement
se décompose en plusieurs segments :

■ **Le capital-crédation**

La prise de participation a lieu au démarrage d'une start-up ou durant la première phase de son développement.

■ **Le capital-amorçage**

L'intervention précède ou intervient juste après le début d'activité d'une entreprise.

■ **Le capital-risque**

Cette appellation englobe le capital-amorçage et le capital-crédation.

■ **Le capital-développement**

L'opération consiste à prendre des participations au capital d'une entreprise en pleine maturité.

■ **Le capital-transmission**

L'intervention a lieu lors d'une cession.

Fouiller à l'aveuglette sur la Toile en quête de l'actionnaire idéal se résume presque à chercher une aiguille dans une botte de foin. S'il existe pléthore d'informations librement consultables sur Internet, elles ne sont pas forcément fiables, ni régulièrement mises à jour et restent délicates à interpréter par des novices. D'autant que «selon les périodes de l'année, les fonds d'investissement peuvent être en période de veille et non en recherche active de deals. Vous risquez, sans le savoir, de perdre votre temps», prévient Marc Oiknine, cofondateur d'Alpha Capital Partners, société de gestion d'actifs. Pour collecter des données stratégiques, il est judicieux de parcourir des salons, d'éplucher les magazines relatant les récentes fusions, acquisitions et levées

de fonds et d'assister à des ateliers menés par des investisseurs ou des syndicats professionnels. «Vous pouvez aussi contacter votre banque. En effet, toutes les enseignes françaises possèdent des filiales qui peuvent investir dans des projets divers», donne en exemple Olivier Avril, gérant d'Acting Finances, spécialiste de la direction financière pour les PME.

Recueillez également des contacts auprès de votre réseau. N'hésitez pas à vous faire recommander, c'est un atout indéniable pour décrocher une entrevue. Le cas échéant, s'entourer de spécialistes semble être la solution la plus optimale et la moins chronophage. D'autant que même si

ces leveurs de fonds alourdissent la facture, au départ, ce surcoût est bien vite amorti dès lors que la levée se concrétise.

Identifiez et analysez vos besoins et objectifs

Commencez par vous poser les bonnes questions. Pour quelles raisons avez-vous besoin d'introduire un actionnaire au capital? S'il s'agit de financer le lancement d'un nouveau produit, il convient de se tourner vers des fonds d'investissement spécialisés dans le capital-risque ou le capital-développement (lire notre lexique), selon le stade de vie de votre entreprise.

Les sociétés en phase d'amorçage peuvent, par un projet innovant, parvenir à capter l'intérêt des business angels, ces individus





→ LE TÉMOIGNAGE DE

Éric Bennephtali, directeur général de Mediastay



« Avec notre levée de fonds, nous avons intégré des hommes qui partagent nos valeurs »

L'entreprise qui a levé 15 M€. C'est ainsi que l'on présente Mediastay aux États-Unis depuis avril 2011, date à laquelle ses trois dirigeants finalisent l'opération avec deux fonds d'investissement francophones. Pourquoi une telle opération ? Pour accélérer son développement à l'international (qui représente aujourd'hui 20 % de son chiffre d'affaires) et stimuler sa croissance organique et externe. Pour Mediastay, tout

est allé très vite. En trois mois, l'affaire est bouclée. Malgré des contacts réguliers avec des investisseurs, Mediastay préfère s'entourer d'un leveur de fonds pour gagner en efficacité et en temps. « Identifier les investisseurs est une chose, rencontrer l'interlocuteur le plus qualifié dans votre domaine en est une autre. Sans intermédiaire, cette recherche équivaut à un travail à temps plein », affirme son dg. L'entreprise mise, pour progresser, sur des fonds qui ont fait leurs classes dans les nouvelles technologies, tout en privilégiant le rapport humain. « Nous voulions rencontrer des hommes qui partagent nos valeurs et nos ambitions. Il ne faut pas craindre de choisir des individus brillants qui tirent votre entreprise vers le haut », estime Éric Bennephtali. De quoi tabler sur une croissance à deux chiffres en 2011.

Mediastay

- > **Activité**
Monétisation d'audience dans le domaine des jeux en ligne
- > **Ville**
Levallois-Perret (Hauts-de-Seine)
- > **Forme juridique**
SAS
- > **Dirigeants**
Éric Bennephtali, 27 ans, Jonathan Zisermann, 31 ans, et Jérôme Balmes, 34 ans
- > **Année de création**
2000
- > **Effectif**
75 salariés
- > **CA 2010**
17 M€

fortunés qui, outre un apport en fonds propres de 25 000 à 250 000 euros, transmettent leur savoir-faire et leur carnet d'adresses. Si vous recherchez une expertise industrielle, ciblez des sociétés axées sur votre secteur d'activité.

« Sélectionner un investisseur revient à choisir son conjoint. Votre union repose sur une confiance mutuelle et peut durer quatre ans et plus », analyse Marc Oiknine (Alpha Capital Partners). D'où la nécessité de porter un regard aguerri sur son "track record",

c'est-à-dire sur ses expériences passées et ses résultats. Et notamment sur son comportement et son degré d'implication dans le pilotage et l'accompagnement lors de participations ultérieures.

Survoler son site internet ne suffit pas. « Il ne faut pas hésiter à contacter ses précédents partenaires pour avoir des échos et s'assurer de la véracité des opérations et des montants mentionnés sur son site », conseille Éric Bennephtali, directeur général de Mediastay, PME qui a levé 15 M€ en avril 2011 (lire l'encadré ci-dessus). Consultez aussi votre banquier, un avocat ou un expert-comptable pour connaître leur opinion. Tout

comme il est impératif de prendre en compte la taille et la nature du fonds (régional, national, européen ou anglo-saxon...), son secteur et la qualité de ses investissements en capital (minoritaires, majoritaires, durée...). « Pour être optimale, votre sélection doit être la plus fine possible », rappelle Christophe Chausson, fondateur et président de Chausson Finance, spécialiste de la levée de fonds pour les entreprises en forte croissance. Ainsi, vous serez plus à même d'identifier ceux qui vous correspondent. Car une levée de fonds, c'est avant tout une rencontre décisive entre des hommes qui ont envie d'avancer ensemble ■

→ CE QU'IL FAUT RETENIR

- Il existe plusieurs pistes pour trouver des investisseurs : du bouche à oreille aux salons, en passant par votre banque.
- Selon vos besoins et le stade de vie de votre entreprise, vous ne vous adresserez pas aux mêmes investisseurs.
- Avant de vous engager avec un partenaire financier, renseignez-vous auprès de vos conseils habituels, d'anciennes sociétés qu'il a aidées, etc.