



Bétonnez votre dossier sans le plomber

Pour séduire d'éventuels investisseurs, votre dossier de présentation et votre discours doivent être bien construits mais surtout très accrocheurs. Votre capacité à expliquer avec clarté votre projet et son potentiel fera toute la différence.

« **E**n rédigeant votre présentation écrite et orale, pensez à l'acronyme anglais "Kiss" (Keep it simple, stupid) », suggère Marc Oiknine, cofondateur d'Alpha Capital Partners, société de gestion d'actifs. En résumé, ne compliquez pas les choses. Se focaliser uniquement sur la quantité d'informations et son formalisme est l'erreur

que commettent la plupart des entrepreneurs. « Contrairement aux banquiers qui privilégient les dossiers sûrs, les investisseurs sont en quête de projets ambitieux et risqués », ajoute Christophe Chausson, fondateur et président de Chausson Finance, spécialiste de la levée de fonds pour les entreprises en forte croissance. En leur présentant un business plan très scolaire, vous risquez de rater le coche.

En revanche, l'aisance dont vous faites preuve pour articuler votre stratégie en tenant compte des spécificités de votre marché, de vos concurrents directs et indirects peut faire la différence. Lors d'un premier contact, les chiffres importent peu, seuls

les enjeux priment. Avant de débiter votre prospection, consacrez du temps à l'ébauche d'un document synthétique, appelé dans le jargon "executive summary", car il est pour le moment votre seule carte d'entrée pour passer à l'étape suivante.

L'executive summary

« La majorité des entrepreneurs pensent, à tort, que leur dossier doit répondre à toutes les interrogations que se posent les investisseurs. Ils ont alors tendance à se noyer dans les détails », constate Christophe Chausson. Au contraire, les investisseurs, qui croulent sous les propositions, ont besoin de comprendre en quelques minutes seulement votre projet et son potentiel.

En premier lieu, il convient de leur adresser un descriptif qui détaille, en trois ou quatre pages maximum, vos besoins, votre offre, l'état du marché, votre plan commercial, votre business model, votre plan d'actions, votre situation financière et votre équipe. Pour schématiser, ce document fait office de bande-annonce. Sa fonction ?

Donner envie. Attention, il ne doit pas non plus s'apparenter à une brochure marke-



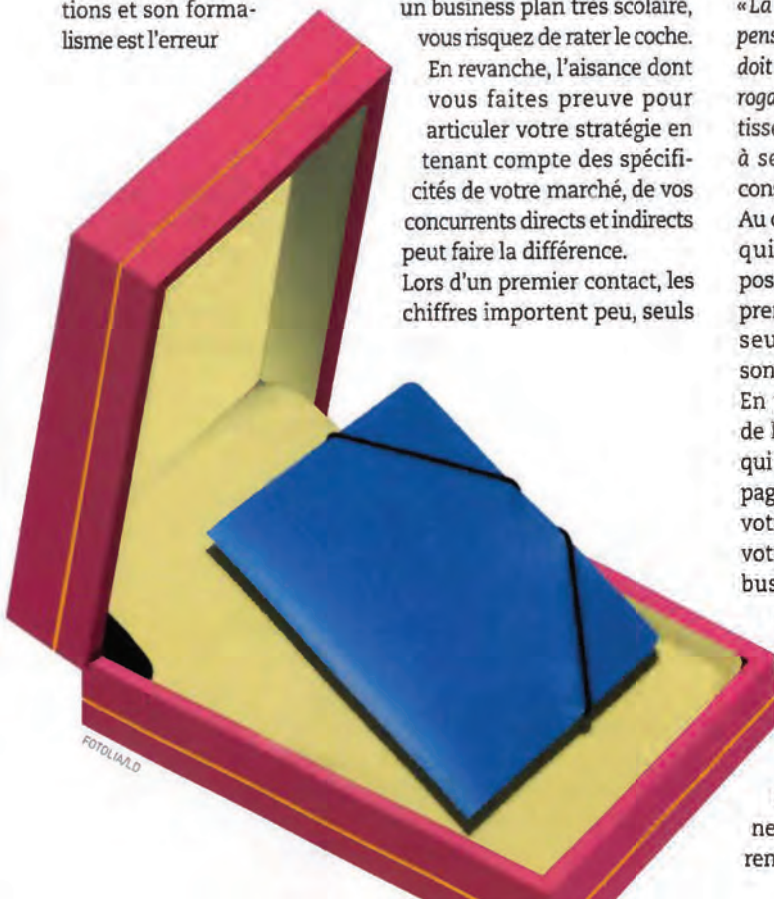
« La présentation de votre projet doit se démarquer de celle de vos concurrents. »

Olivier Avril,
gérant, Acting Finances

ting. Et ne doit pas être figé dans le marbre. Il sera toujours temps d'envoyer, par la suite, un dossier plus complet au fur et à mesure de l'intérêt de vos interlocuteurs.

Le business plan

Rédiger un business plan n'est pas un travail facile. Après une première ébauche, faites-le lire à un tiers, pour vous assurer de sa lisibilité et de son pouvoir de conviction. Généralement, il s'articule autour de quatre grands axes : l'offre, le





→ LE TÉMOIGNAGE DE



Geoffroy de Becdelièvre, président de Planetveo

« Sans préparation, je n'aurais pas su adopter le bon discours »

Quatre ans après avoir finalisé sa première levée de fonds de 2,5 M€, Geoffrey de Becdelièvre, président de Planetveo l'avoue volontiers aujourd'hui : sans préparation, son dossier n'aurait pas connu une issue aussi favorable. « N'ayant pas l'habitude de côtoyer des investisseurs, j'ignorais leurs attentes et leur manière d'aborder les affaires. Il y a un minimum

à connaître et un certain discours à adopter sous peine d'essuyer des refus. »

S'appuyant sur un levure de fonds aguerris, ce chef d'entreprise a repensé pendant près de trois mois son business plan, le rendant plus attrayant aux yeux des investisseurs.

« Présenter des taux de croissance prévisionnels à deux chiffres est relativement facile.

Expliquer comment vous comptez parvenir à votre objectif final s'avère nettement plus compliqué surtout lorsqu'en parallèle, vous devez rester concentré sur la gestion quotidienne de votre entreprise », confie le p-dg. Il a rencontré une quinzaine de fonds d'investissement avant de contractualiser avec l'un d'eux. « Ce qui a joué en ma faveur ? Être épaulé dans la préparation de mon dossier, être introduit et disposer d'un gage de crédibilité supplémentaire en ayant, par le passé, fait entrer au capital deux business angels », précise le dirigeant. Satisfait de sa première expérience, c'est seul que l'année dernière il entreprend une seconde levée de fonds de 1 M€.

Planetveo

> Activité

Voyage sur mesure

> Ville : Paris (XVII^e arr.)

> Forme juridique SAS

> Dirigeant : Geoffroy de Becdelièvre, 38 ans

> Année de création 2007

> Effectif 2010 45 salariés

> Effectif prévu fin 2011 90 salariés

> CA 2010 12,3 M€

> CA prévisionnel 2011 22 à 24 M€

▶ marché et les concurrents, le financement et les comptes ainsi que l'équipe. S'il comporte, en moyenne, 30 à 40 pages, sachez que les investisseurs s'attarderont sur certains points, comme la mise de fonds personnelle du porteur de projet, le potentiel de développement de la structure, les délais de commercialisation, le réalisme des projections financières et du retour sur investissement, les capacités du management à mettre en œuvre le plan d'actions et les perspectives de sortie.

« Évitez d'utiliser les modèles proposés en ligne car, comme pour un CV, votre projet doit se démarquer de celui de vos concurrents », conseille Olivier Avril, gérant

d'Acting Finances, spécialiste de la direction financière pour les PME. À ce titre, veillez à soigner la présentation et assurez-vous qu'aucune faute d'orthographe ne s'y est malencontreusement glissée.

La présentation orale

Aussi vendeuse soit-elle, la présentation écrite n'est qu'une entrée en la matière. Car c'est la personnalité de l'entrepreneur, son bagout et sa capacité d'adaptation qui vont finir de convaincre ou non les investisseurs de signer une lettre d'intention. Même si vous êtes un orateur-né, travaillez et répétez votre discours devant vos proches.

Avec un ton vendeur, vous devez parvenir à raconter

l'essentiel, tout en privilégiant le dialogue. « Vous pouvez préparer des slides pour appuyer votre présentation, mais ils ne doivent pas vous servir de mémo le jour J, au risque

de créer un écran de communication entre vous et vos interlocuteurs », ajoute Olivier Avril. Évitez aussi les animations kitsch et les illustrations PowerPoint trop standard. ■

→ CE QU'IL FAUT RETENIR

- L'executive summary sert à la prise de contact. En trois ou quatre pages, il décrit votre projet, son contexte, votre plan d'actions, la situation financière et l'équipe. Il doit donner envie aux investisseurs d'aller plus loin.
- Le business plan détaille en profondeur l'offre de l'entreprise, le marché et les concurrents, le financement et les comptes, l'équipe.
- La présentation orale est déterminante. C'est la personnalité du dirigeant et sa capacité à expliquer son business model qui va convaincre ou non les investisseurs de participer au projet.