



Les cahiers de **L'ENTREPRISE**

supplément spécial entrepreneurs

Huit pistes pour bien financer son lancement

Pour qui crée son entreprise, la recherche de capitaux est un défi majeur. Du crédit bancaire à l'innovant « crowdfunding », en passant par le prêt d'honneur, tour d'horizon des solutions possibles.

C'EST COURU D'AVANCE : plus une entreprise est jeune, plus elle est susceptible de mettre la clé sous la porte.

Principale cause de défaillance ? Le manque de financement. Pourtant, comme le démontre notre panorama, les solutions ne manquent pas. Et, bien utilisées, elles multiplient les chances de succès : « 86 % des entreprises aidées par Initiative France existent encore au bout de trois ans, contre 66 % pour celles qui ne sont pas soutenues », estime ainsi Louis Schweitzer, le président de ce réseau de financement des créateurs et repreneurs. D'où l'importance que les entrepreneurs

accordent à cette course au cash. « C'est quasiment un travail à plein-temps », selon Odile Allard, PDG de Fluoptics (lire aussi page 86). Mais le jeu en vaut la chandelle...

1 Le « love money », un premier coup de pouce bien utile

Aujourd'hui, ses 60 meubles, luminaires et objets sont référencés dans 300 magasins, dont Le Bon Marché et Colette... Mais Amélie du Passage, fondatrice de l'éditeur de design Petite Friture, a commencé avec le concours financier de ses proches. « Pour démarrer, c'est plus facile : les gens vous font confiance, il y a moins d'efforts à fournir pour les convaincre », explique-t-elle. Sans historique, sans trop de moyens, se tourner vers les « 3C » (copains, cousins et... cinglés!) est une option à ne pas négliger. Mais cet appel à la *love money* a aussi ses revers : pour arriver à une mise de fonds intéressante, les actionnaires doivent être

nombreux... d'où des problèmes de gouvernance, car ils n'hésitent pas à donner leur avis, souvent discordants.

2 Le « crowdfunding », un outil participatif en plein boom

Prêter, prendre une participation : depuis le 14 février dernier, les plates-formes de *crowdfunding*, autrement dit de financement participatif, permettent aux internautes d'investir en un clic. Et leur bonne santé ouvre de sacrées perspectives : elles avaient collecté 27 millions d'euros en 2012, et 78 millions en 2013. Ulule, KissKissBankBank, Anaxago, Wiseed... Comment s'y retrouver dans la trentaine de plates-formes existantes ? Il faut d'abord distinguer les différents types de financement proposés : dons (pour préventre un produit, ou collecter de petites sommes), prêts, voire levées de fonds. Il faut ensuite s'investir dans le marketing de son appel aux dons, car une campagne de *crowdfunding* réussie demande autant d'efforts que de convaincre un banquier. Et surtout bien évaluer si votre projet est assez « sexy » pour séduire les internautes.

IDÉES, CONSEILS ET SOLUTIONS

L'ENTREPRISE.com

www.lentreprise.com

Un salon de coiffure rentable... mais neuf mois de galère pour décrocher un prêt



XAVIER DELHAYE ET SON ASSOCIÉ. Ils ont finalement obtenu un financement par l'intermédiaire d'un courtier.

Emplacement prestigieux, management complémentaire, historique en béton : la demande de prêt de Xavier Delhaye se présentait mieux que bien. Son projet ? Racheter un vaste salon de coiffure en franchise, en plein cœur de Saint-Germain-des-Prés. Installé là depuis quarante ans, le salon réalise 1,2 million d'euros de chiffres d'affaires annuel, et voit passer « 12 000 clients par an », selon Xavier Delhaye. L'un des associés, avec sept ans d'expérience dans la coiffure dont trois dans ce même salon, a le soutien inconditionnel du franchiseur. Les partenaires apportent 20 % de la somme nécessaire de leur

poche, des garanties solides, et sollicitent un emprunt du solde pour racheter l'entreprise. Du tout cuit ? De quoi s'arracher les cheveux, au contraire : « Il nous a fallu neuf mois pour arriver à décrocher cet emprunt », tonne Xavier Delhaye.

Ce n'est pas faute de s'être démené. Xavier Delhaye sollicite les banques dont le salon était déjà client : négatif. Puis il va voir les établissements avec qui il a déjà fait affaire dans le passé : toujours rien. Le franchiseur contacte lui-même les banques avec qui il a l'habitude de traiter : chou blanc. « Le schéma était toujours le même : on nous reçoit, on nous assure que notre dos-

sier est formidable et, deux mois plus tard après étude en comité, la réponse tombe, négative. De quoi se demander si les directeurs d'agence ont le moindre pouvoir », peste Xavier Delhaye. Le pompon ? Cette agence dont le salon était déjà client, qui finit par le faire recevoir... par une stagiaire. Il aura fallu en tout contacter sept banques pour obtenir gain de cause. « Cela peut vite se révéler décourageant, se désole Xavier Delhaye. Heureusement que nous avons fini par faire appel à un courtier : lui a pu nous ouvrir les portes des banques très vite, et nous obtenir des réponses rapides... Sans ça, nous y serions encore. » © A.G.

Les « business angels » ont aussi misé sur l'équipe dirigeante de Fluoptics



© GUILLAUME AIGER POUR L'EXPANSION

ODILE ALLARD, PDG de l'entreprise grenobloise Fluoptics, qui a récolté 2 millions d'euros avec sa technologie de visualisation des tumeurs cancéreuses.

n'est pas seulement cette volonté de commercialiser rapidement un outil facile à mettre en œuvre qui a séduit les investisseurs. « C'est l'équipe avant tout, les *business angels* y sont très sensibles, décrypte Odile Allard, son PDG. Mais aussi le fait que la principale application de notre technologie – le traitement du cancer – concerne tout le monde ».

Lancée en février 2009 après avoir remporté un concours du ministère de la Recherche doté de 450 000 euros, l'entreprise s'est servie de cette somme pour développer un prototype « que nous avons voulu mettre le plus tôt possible entre les mains de chirurgiens », explique Odile Allard. Une première levée de fonds, d'un montant de 750 000 euros, a permis de développer le premier produit et d'obtenir la certification CE Medical (indispensable pour le diffuser en Europe). Et la dernière sert à étoffer l'équipe commerciale qui va se déployer sur tous les marchés. « Le marché médical est par essence international, explique Odile Allard. L'Europe du Nord est très perméable à l'innovation, les Etats-Unis sont le marché le plus important, et la croissance la plus forte se situe en Asie : il faut pouvoir être présent sur tous ces terrains. » © A.G.

La santé est un secteur où les cycles de développement, et donc les retours sur investissement, sont longs. De quoi faire fuir a priori les *business angels*. Sauf que la plus importante levée de fonds jamais réalisée auprès de ces investisseurs concerne justement une start-up médicale, Fluoptics. Celle-ci a récolté 2 millions

d'euros en septembre dernier auprès de Grenoble et Savoie Angels, Viaduc Participations et Angel Source. L'entreprise grenobloise a développé une technologie qui permet de cibler et de visualiser les tumeurs, y compris celles invisibles à l'œil nu, le tout dans l'environnement lumineux normal d'un bloc opératoire. Mais ce

3 Le crédit bancaire, un véritable parcours du combattant

« Les banquiers sont devenus beaucoup plus prudents, explique Stéphane Kirsch, associé fondateur du courtier CréditRelax. Aujourd'hui, tous les dossiers, même les plus petits, doivent obtenir l'ac-

« On peut être accueilli avec enthousiasme en agence, franchir toutes les étapes haut la main, et être retoqué en dernier recours. »

Stéphane Kirsch, associé fondateur du courtier CréditRelax.

cord d'un comité de crédit. » Et ces derniers sont tout-puissants. « On peut très bien être accueilli avec enthousiasme en agence, franchir toutes les étapes haut la main, et se retrouver retoqué en dernier recours », constate le courtier. Et quand c'est non, c'est définitif. Autre conséquence : les banques exigent un apport personnel plus important qu'autrefois. « Avec un apport de 15 à 20 % du besoin en financement, six ou sept banques sur dix donnaient leur accord il y a dix ans. Aujourd'hui, c'est au mieux deux ou trois », poursuit Stéphane Kirsch. Enfin, obtenir un prêt d'honneur, ou le

concours d'organisme comme Bpifrance, est demandé de plus en plus souvent. Pour ne pas dire systématiquement.

4 Le prêt d'honneur, un accélérateur qui rassure les banquiers

Chez Initiative France, 16 000 porteurs de projets ont décroché un prêt d'honneur en 2012. Montant moyen : 8 000 euros. Cela paraît peu ? C'est oublier que ce prêt à taux zéro sert avant tout d'accélérateur de financement, car ces réseaux fonctionnent un peu comme un gage de sérieux pour les banques, estime Philippe Lehr, di-

« A chaque fois que nous avons obtenu un prêt d'honneur, les banques nous ont prêté entre deux et trois fois son montant. »

Philippe Lehr, directeur associé de Petite Friture, éditeur de design.

recteur associé de Petite Friture. L'éditeur de design y a eu recours par deux fois, auprès d'Entreprendre au premier semestre 2012, puis d'Initiative France début 2013. « A chaque fois, les banques ont prêté entre deux et trois fois le montant du prêt d'honneur », détaille Philippe Lehr. Pas question toutefois de faire des folies. Financer les pertes pour investir et accélérer son développement, c'est le rayon d'un autre type d'intervenant: les investisseurs privés, à qui Petite Friture compte faire appel prochainement. Pourquoi alors en passer par cette phase intermédiaire? « Pour deux raisons, expose Philippe Lehr. D'abord, l'accompagnement que proposent ces réseaux, et les nombreux contacts qu'ils permettent de nouer. Ensuite, pour se laisser le temps de se développer avant d'ouvrir son capital. »

5 Les aides spécifiques, 6000 types de prise en charge possibles

Réservées aux demandeurs d'emploi, destinées à financer la recherche, nationales ou régionales... Il existe 6000 types d'aides aux entreprises. Le tout est de dénicher celle qui correspond à votre projet. Pour Petite Friture, c'est l'export qui constitue un enjeu crucial: après cinq ans d'existence, 40 % de ses ventes sont réalisés à l'étranger. Pour s'exporter, Philippe Lehr a ainsi fait appel à la Coface. « L'organisme prête 60 % des frais de développement à l'export, pointe-t-il. Encore mieux: les remboursements se font en fonction du chiffre d'affaires réalisé sur les pays ciblés ». Avec en prime 40000 euros de crédit d'impôt à l'export, et un prêt à taux zéro de

Bpifrance, l'entreprise a pu assurer sa présence en Europe, aux Etats-Unis ou en Chine.

6 Bpifrance, la boîte à outils du financement ouverte à tous

Financer un actif immatériel, regarnir sa trésorerie, financer ses exportations ou même augmenter son capital... Bpifrance, issue de la fusion fin 2012 d'Oséo, de CDC Entreprises et du FSI, intervient dans tous ces domaines. Son produit phare reste la garantie des emprunts bancaires (4,6 milliards d'euros investis en 2013), mais l'organisme de financement public s'est vraiment déployé tous azimuts, du plus court terme aux prises de participation longue durée, des TPE aux mastodontes.

7 Les « business angels », boosters des start-up prometteuses

Les 4500 membres de France Angels, répartis dans 85 réseaux régionaux, ont investi l'an passé 45 millions d'euros dans 350 entreprises. Soit deux fois plus qu'il y a cinq ans, mais les *business angels* ne s'intéressent qu'à un certain type d'entreprise: « Des sociétés avec pas ou peu de chiffre d'affaires, mais qui ont dépassé le stade de l'idée et présentent des perspectives d'activité commerciale à court terme, énumère le président de France Angels, Jean-Louis Brunet. Et qui offrent une innovation laissant espérer une croissance forte. » Mais plus qu'aux chiffres ou à la technologie, c'est aux têtes que ces investisseurs s'intéressent: l'équipe est-elle bien née et complémentaire? Le porteur de projet est-il prêt à entendre les objections et les re-

marques sur son projet? Les dossiers instruits soumettent les candidats à une sélection drastique. Les tickets sont généralement de 100000 à 150000 euros, une somme qui peut être triplée avec le concours de co-investisseurs. Chaque euro levé par l'entreprise Fluoptics (voir encadré page précédente) auprès des *business angels* a ainsi engendré deux autres euros d'aides publiques et de prêts bancaires.

8 Les fonds d'investissement, pour les gourmands en capital

La crise les a rendus sélectifs. Et prudents. « Les fonds d'investissement sont plus longs à se décider, et mettent davantage de garde-fous », constate Guillaume-Olivier Doré, créateur d'Aggregator Capital. Conséquence: plus personne n'investit seul, et la clé du succès est de savoir quand faire « rentrer » les plus gros investisseurs qui pourront prendre le relais à l'avenir. Illustration concrète avec Lumnex, qui a développé un système de programmation de l'éclairage public permettant aux municipalités d'économiser 30 à 50 % de leur facture d'électricité. « En raison de nos besoins en financement – environ 3 millions d'euros –, nous avons décidé de lever des fonds en deux fois: d'abord pour développer notre produit, jusqu'à l'installation sur quelques sites pilotes, puis pour le lancement commercial », détaille son dirigeant, Christian Holweck. En 2011, la première levée de fonds, d'un montant de 1 million d'euros, réunit les fondateurs et Aggregator Capital. La seconde, de 1,5 million, a eu lieu en octobre 2013 et a vu l'arrivée d'un nouvel investisseur: le fonds d'investissement de la région Poitou-Charentes. Outre l'argent frais, chaque investisseur apporte son écot d'une autre façon, selon Christian Holweck: « Du capital, des contacts, et des compétences. » Un autre type de « 3C ».

© ADRIEN GUILLEMINOT

« Nous accompagnons les sociétés ayant dépassé le stade de l'idée et présentant des perspectives d'activité commerciale à court terme. »

Jean-Louis Brunet, président de France Angels.