

Quand les célébrités françaises s'intéressent de près aux startups

Si les startups trouvent en général leur bonheur financier auprès d'investisseurs, de fonds privés et de Business Angels, c'est aussi auprès de certaines célébrités du cinéma, du sport ou de la musique que quelques-unes se développent le mieux. Réel coup de pouce ou simple tendance ? Retour sur ce phénomène qui ne cesse de progresser.

Les célébrités américaines, friandes des startups

L'écosystème des startups n'a jamais eu autant le vent en poupe que depuis ces dernières années. Des Etats-Unis à l'Europe en passant l'Afrique, les entrepreneurs ne cessent d'avoir des idées innovantes qui améliorent ou modifient le quotidien de nombreuses personnes. Au sein de ce phénomène, où tout le monde désire sa part du gâteau - y compris de nombreuses célébrités qui y voient une bonne manière d'investir de l'argent, afin de ne pas passer à côté du Facebook de demain.

Outre-Atlantique, celui qui incarnait Steve Job au cinéma a été le premier à s'y intéresser. Dès 2004, Ashton Kutcher co-finance l'entreprise Ooma, un service de téléphone quasi gratuit. Il a depuis investi dans plus de 13 startups liées à la téléphonie mobile ou à la technologie : Foursquare, Flipboard, Path ou encore Airbnb.

Rachel Zoe pour Trippy; Leonardo Di Caprio, Tobey Maquire et Lance Armstrong pour Mobil ; Lady Gaga pour BackPlane ou encore Kanye West pour Turntable... les stars de renom n'hésitent pas à investir des millions dans de jeunes entreprises prometteuses. En plus de bénéficier de sommes souvent

conséquentes, ces startups gagnent très souvent visibilité, sans aucune communication. Les célébrités se transforment alors en porte-parole de l'entreprise, dans l'espoir qu'elles prospèrent au niveau business. Mais l'autre grande mode n'est plus d'investir dans une tierce entreprise, mais dans la sienne... à l'instar de Tom Hanks qui avait lancé Hanx Writer en août dernier. Peu surprenant, le succès n'a pas tardé à venir... Mais qu'en est-il de la France ?

De Michalak à Eboué, les stars françaises se font plus rares dans l'écosystème

Les investissements dans de jeunes entreprises de la part de célébrités françaises sont un peu moins visibles dans l'univers de la technologie, mais existent cependant. On peut citer Frédéric Michalak, la star du rugby qui avait en début d'année, co-fondé la startup SnapFan, une sorte d'Instagram appliqué au domaine du sport. L'humoriste français Fabrice Eboué s'est aussi essayé à l'investissement en soutenant financièrement la startup Afrostream, le Netflix pour films et séries afro-américaines. Sur un autre terrain, c'est une ex-star de la télé-réalité du nom de Cyril Paglino qui avait créé Wizee en 2010, une régie publicitaire qui met en relation les stars et des marques ciblées (la startup connaît aujourd'hui un vrai succès). On peut également citer Taïg Kriss chez Tok Tok Tok ou Olivier Siroux, un ancien participant du Bachelor chez Illimeet.

Le lien entre les startups et les stars françaises se fait plus rare qu'aux Etats-Unis, mais c'est sans compter l'aide de stars d'un tout autre domaine : celui du web et de l'entrepreneuriat. Des entrepreneurs comme Xavier Niel, Marc Simoncini, Jacques-Antoine Granjon, ou encore Olivier Mathiot pour ne citer qu'eux, sont très souvent considérés comme des personnalités à part entière. C'est ainsi que les startups qui arrivent lever des fonds auprès de ces grands noms, (à travers leurs fonds d'investissement) gagnent autant en visibilité qu'une startup où Brad Pitt pourrait investir.

Si cela reste encore minoritaire, les célébrités en France seront peut-être les business angels de demain, qui feront des startups leur nouveau terrain de jeu. Que ce soit pour la visibilité, pour la pérennité ou tout simplement pour assurer un développement de qualité, les startups n'y trouvent souvent que des avantages. La question est maintenant de savoir qu'est-ce qui détermine l'intérêt d'une célébrité pour une startup, plus qu'une autre...