

Comment séduire les business angels ? Six conseils d'experts en la matière

Patrick Cantelli (CEO, Wirate), Fabien Collangettes (délégué général, Paris Business Angels), Benjamin Bréhin (délégué général, France Angels) et Florence Richardson (coprésidente, Femmes Business Angels), quatre experts du secteur, ont accepté de répondre aux questions de Maddyness sur l'art et la manière de séduire ces investisseurs particuliers.

Temps de lecture : minute

11 septembre 2017

Depuis 2001, les business angels ont investi un montant global de 500 millions d'euros, selon les chiffres du réseau [France Angels](#). S'ils semblent s'investir de plus en plus auprès des startups, il n'est cependant pas toujours simple d'approcher les business angels, et pire, de susciter un intérêt pour votre projet.

Quels types de projets semblent aujourd'hui plaire le plus aux business angels ?

Si tous s'accordent sans surprise à dire que les business angels s'intéressent davantage aux sociétés innovantes en termes de service, de technologie ou de marketing, et dont le potentiel est crédible sur un marché important, Fabien Collangettes insiste sur le caractère très jeune des startups dans lesquelles les business angels souhaitent investir.

"La société ne doit pas exister depuis trop longtemps et fait généralement

peu ou pas de chiffre d'affaires"

Fabien Collangettes, délégué général de Paris Business Angels

En termes de domaines "tendance", les business angels investissent, selon Benjamin Bréhin, dans le domaine du numérique (48% de leurs investissements), mais également dans le domaine de la santé, du Green Tech et des CleanTech, tandis que Florence Richardson, coprésidente de Femmes Business Angels remarque un intérêt grandissant des business angels pour les FinTech, le big data et les objets connectés.

Qu'est ce qu'une startup doit faire pour avoir des chances d'intéresser un business angel ?

Plusieurs critères entrent en compte afin d'augmenter ses chances d'intéresser les business angels : ne pas être un porteur de projet seul mais une équipe, selon Patrick Cantelli(CEO, Wirate) -les business angels privilégiant les équipes de plusieurs fondateurs-, mais aussi mettre en avant l'élément différenciant de son produit, de son service ou de sa solution vis-à-vis du marché et des acteurs qui le composent. Un élément qui va permettre, d'après Benjamin Bréhin, de rassurer les investisseurs.

Pour Florence Richardson, il est surtout important de faire ressortir les bénéfices clients, la valeur ajoutée pour l'utilisateur, plutôt que de faire un trop grand focus sur le produit.

"Nous cherchons avant tout à comprendre à quoi ça sert plutôt que comment ça marche"

Florence Richardson

Enfin, Fabien Collangettes insiste sur la capacité d'écoute et d'exécution que doivent avoir les porteurs de projets : *"D'écoute car les business angels souhaitent prendre part à une aventure humaine, comprendre la capacité des porteurs de projets à s'approprier de l'information et mettre en œuvre les recommandations qu'il juge pertinentes. La capacité d'exécution est évidemment clé, et elle se ressent dès la phase d'échange avec les business angels. Etre proactif, intégrer les remarques du dernier meeting, gérer les réunions de manière efficace seront des éléments qui augmenteront les chances de succès."*

Quels critères dans le dossier présenté aux business angels sont les plus importants ?

L'équipe, l'équipe, l'équipe ! Variée, complémentaire, à l'écoute, avec une réelle capacité de pivot en fonction des retours marché.

"Une idée cela ne vaut rien et il vaut mieux une idée simple avec une bonne équipe"

Patrick Cantelli

Le marché est considéré comme le second critère le plus important dans le dossier d'une startup : sa taille, sa tendance, les barrières à l'entrée, et l'environnement concurrentiel. *"Un porteur de projet qui nous indique n'avoir aucun concurrent est difficilement crédible"*, explique Florence Richardson.

Le produit doit quant à lui être suffisamment abouti pour être

présentable, tandis que le business model doit prouver des perspectives de rentabilité et de scalabilité. *"Nous voyons encore trop de dossiers pour lesquels le BM n'existe pas ou ne paraît pas réaliste, ou des porteurs de projets qui confondent levée de fonds et CA"*, précise Florence Richardson.

Enfin, il est important de donner confiance aux business angels en annonçant des perspectives financières crédibles et cohérentes, ainsi que des opportunités de sortie à terme.

Pourquoi une telle importance est accordée à l'équipe ?

C'est le premier actif d'une startup en amorçage, et il représente 75% de la décision d'investissement. Autant dire qu'il est primordial de représenter une équipe soudée, motivée, et surtout représentée par un leader dont la vision et la stratégie commerciale sont cohérentes.

"Nous croyons avant tout en une équipe, pas en un fichier Excel"

Florence Richardson

Autres éléments très importants dans une équipe : l'écoute, l'ouverture d'esprit et surtout la transparence, deux éléments prédominant qui peuvent cependant *"être rédhibitoires si les business angels sentent qu'ils ne sont pas au rendez-vous"*, précise Benjamin Bréhin.

Quel intérêt est accordé à l'aspect humain lors du pitch ?

Si le fond du pitch est évidemment primordial, les quatre experts insistent sur le rôle crucial que joue également sa forme, notamment de par l'importance de l'aspect humain pour les business angels.

"C'est un premier contact qui permet de voir à qui on a à faire. Et ce n'est pas celui qui est le meilleur orateur qui a forcément le plus de chances"

Patrick Cantelli

Chez Femmes Business Angels par exemple, le pitch de préselection se fait sans support. Une manière pour le jury de se concentrer sur les hommes et les femmes qui présentent leurs projets, et pas sur les slides. *"C'est un exercice difficile pour ceux qui pitchent, mais essentiel dans notre approche et notre process de sélection"*, ajoute Florence Richardson.

Quel est le petit plus qui peut faire la différence ? Qu'est ce qui, à l'inverse, peut être rédhibitoire ?

Les porteurs de projets doivent avant tout arriver préparés, selon Fabien Collangettes, c'est à dire avoir répété plusieurs fois leur pitch afin de respecter le temps qui leur est imparti : *"il est important qu'au bout d'une minute, tout le monde ait compris quelle problématique résout la startup. Il faut commencer très simple et monter en complexité au fur et à*

mesure ". Il faut également connaître ses chiffres et être capable d'expliquer concrètement sa vision et sa stratégie commerciale : "être trop abstrait et trop complexe sera, dans 95% des cas, un facteur d'échec".

Pour Benjamin Bréhin, la transparence, l'honnêteté et l'écoute sont des facteurs extrêmement importants et donc rédhibitoires s'ils ne sont pas présents : *"L'expérience prouve que lorsque le projet ne se développe pas comme cela a été espéré, la cause en est souvent l'équipe".*

Enfin, un porteur de projet trop sûr de lui, pas à l'écoute ou qui vient exclusivement chercher des financements auprès des business angels sera rédhibitoire pour Florence Richardson, mais également une levée de fonds essentiellement réalisée pour financer les salaires des fondateurs, une valorisation excentrique, ou encore une équipe concentrée sur la technique et le produit, mais sans aucune envergure sur le plan commercial.

Article écrit par Iris Maignan