« Pitch Don’t Kill My Vibe », quand les startups d'eFounders se mettent à nu chez The Family

eFounders et The Family s’étaient donnés rendez-vous dans l’ambiance kitsch-sans-complexe du QG parisien de ces derniers. Sous le regard assidu des partners, cinq entrepreneurs issus du startup studio eFounders sont tour à tour venu pitcher leur startup.

Temps de lecture : minute

4 juillet 2017

Chacun fort de leur spécificité – voire de leur excentrisme – eFounders et The Family avaient à cœur d’animer ce " Pitch Don’t Kill My Vibe " à la saveur toute particulière… Et le moins qu’on puisse dire c’est que l’affiche à retenu l’attention de l’écosystème parisien, venu en nombre en ce Mercredi soir.

5 minutes pour raconter une histoire

Cinq minutes : voilà le temps alloué à chaque entrepreneur pour pitcher sa startup en mode express, avant de répondre aux questions du jury composé d’Alice Zagury, Balthazar De Lavergne et Andrew Nutter. Et dès l’entame du premier pitch la barre est placée très haut.

Slite affirme sa volonté de réinventer le partage de connaissance en entreprise et n’hésite pas à afficher sa capacité à détourner des clients du géant Google Docs. S’ensuivent Briq, une solution de reconnaissance entre pairs, Near, un contact-hub pour les allergiques aux CRMs, et Forest, une interface d’administration aussi simple à installer qu’à customiser. La soirée s’achève avec Station, un projet dont la vision du

travail de demain fait pâlir les utopistes les plus fous.

Traits communs : passion, ambition, et volonté de disrupter les carcans du travail en entreprise. Chacun avec leur patte, les entrepreneurs se prêtent au jeu de qui aura le deck le mieux rodé, la vision la plus à même de faire tiquer les investisseurs, et les learnings les plus solides sur lesquels bâtir la licorne de demain.

Le principal écueil ? Raconter une histoire qui tisse tous ces éléments. Et pour cela les entrepreneurs rivalisent d'ingéniosité : tandis que l'un lance son pitch avec la traditionnelle " thank you " slide de fin pour réaffirmer l'importance de la reconnaissance au travail, d'autres interpellent directement l'auditoire pour leur faire avouer les difficultés qu'ils se créent eux-mêmes en utilisant des outils peu adaptés à l'usage qu'ils en font. Des prises de risques calculées, des moments de complicités noués avec l'auditoire afin de mieux les conquérir. Et le jury par la même occasion.

"Qu'avez-vous appris de vos utilisateurs et pourquoi cela vous met-il en meilleure position pour réussir ?"

C'est LA promesse de l'évènement pour les entrepreneurs de tous bords : venir et confronter son pitch à un parterre d'utilisateurs – et d'investisseurs – potentiels pour affuter son discours. Le jury n'a pas failli à sa réputation : attentif d'abord, ils ne tardent pas à mener la discussion avec chaque entrepreneur sur le terrain du " pain point ", du marché, et des partis pris du projet.

Gros focus donc sur la vision du projet et sa capacité à se faire une place sur des marchés plus ou moins concurrentiels, ou ayant des problématiques propres pouvant ralentir l'adoption. Mais s'il est deux

points sur lesquels le jury ne transige pas c'est bien ceux-ci : Qu'avez-vous appris de vos utilisateurs et pourquoi cela vous met-il en meilleure position pour réussir ? Maintenant que vous m'avez convaincu par vos arguments, avez-vous su me conquérir par les sentiments ?

Exercice frustrant mais au-combien nécessaire, le pitch se doit d'être synthétique tout en s'attardant sur le détail qui fait mouche. Il requiert un enchainement d'une logique en tout point étanche, mais aussi un story-telling émotionnel. Et enfin, il doit rythmer les 5 minutes de temps de parole tout en incluant des moments de respiration. Voire des blancs employés à bon escient.

Les problèmes soulignés par le jury : trop d'information sur une slide, qui nuit à l'attention prêtée au speaker, une vision qui se distance trop de la réalité du terrain alors qu'un screenshot aurait permis de rajouter une dose de concret au discours, des learnings users trop peu ressentis dans la narration. D'où la nécessité de confronter son pitch, et de prendre note des différents ressentis.

Un passage important dans l'évolution d'une startup

Le succès rencontré par ce type d'event dédiés au pitch n'est pas anodin. C'est bien que, d'une part, le fameux pitch revêt une importance de premier plan dans la réussite de sa startup – notamment pour lever des fonds. C'est aussi que, contrairement aux idées reçues, les entrepreneurs sont solidaires et prêts à se coacher les uns les autres.

Et ce même pour des entrepreneurs expérimentés comme ceux d'eFounders. On pensera notamment à Christophe Pasquier (Slite) ou encore Noé Malzieu (Near) – tous deux issus de Centrale, tous deux entrepreneurs à la tête respectivement de leur troisième et deuxième startup, et tous deux avides de feedbacks : " *Ils appuient là où ça fait mal.*

Et ça permet de se remettre en question, d'affiner la réflexion sur des sujets business ou produit qui sont clé dans le développement de la boîte.
"

Autre avantage - et non des moindres - de ce format *meetup* : il bénéficie à l'écosystème dans son ensemble tant l'émulation et l'envie de se tirer vers le haut y est forte. Avec des représentants comme eFounders, dont le développement se poursuit à un rythme toujours plus important avec 5 startups par an, et The Family, dont le portefeuille a récemment atteint le milliard d'euros de valuation, l'écosystème déborde d'idées et promet de beaux succès à venir.

Article écrit par Iris Maignan