

Levée de fonds : comment rater son pitch en 10 leçons

La levée de fonds... un grand art, que tout le monde ne maîtrise pas. Pour être sûr de mettre toutes les chances de votre côté, voici quelques pistes pour ne pas passer à côté de votre pitch.

Incontournable pour lever de l'argent auprès de fonds d'investissements ou de Business Angels, l'exercice du pitch n'en n'est pas moins difficile. Alors si le pitch parfait n'existe pas, essayez au moins de ne pas tomber dans des pièges qui ruineront votre crédibilité et toutes vos chances de retenir l'attention de vos interlocuteurs.

Se perdre dans les détails techniques

C'est certain, vous avez développé une superbe technologie dont vous êtes hyper fier. Mais exposer dans votre pitch les rouages de votre algorithme de reconnaissance faciale s'avèrera rédhibitoire pour un investisseur qui n'est pas censé être comme un spécialiste du machine learning. « *Rien ne gèlera votre pitch plus rapidement que des chiffres à éplucher ou de détails à étudier* », assène Oren Klaff, auteur du livre L'art du Pitch (éditions Eyrolles). « *Il faut simplifier votre concept au maximum, en se concentrant sur quelques chiffres clés* », conseille Côme Fouques, le CEO de la startup Georges, un robot comptable pour les indépendants. La présentation doit durer 10 minutes maximum, accompagnée de quelques slides comprenant une seule idée

chacune, avec des images ou des graphiques plutôt que des blocs de texte.

Démarrer par le fonctionnement de la startup

Tous les investisseurs vous le diront : votre startup est d'abord là pour répondre à un problème non résolu. C'est donc cela qu'il faut mettre en avant en introduction. « *Les 30 premières secondes sont clé, elles doivent servir à planter le décor* », préconise Benjamin Teszner, d'Otium Capital. Plus le problème adresse une cible large et plus le problème est critique, plus il est intéressant aux yeux des investisseurs. « *Si votre ambition est de résoudre le problème des gens qui n'arrivent pas à garer leur trotinette en allant au travail, ça n'a pas de quoi enthousiasmer les foules* », ironise Chérif Mili, formateur et consultant en stratégies innovation à l'agence JVF. « *En revanche si vous expliquez que vous allez diviser le temps de transport par quatre avec une voiture volante* », c'est tout de suite plus impactant.

Jouer un one-man show

« *J'ai souvent vu des gens passer 15 minutes ou plus sur leur parcours professionnel. C'est absurde, personne n'est fantastique à ce point* », soupire Oren Klaff. « *L'objectif du pitch n'est pas de vous mettre en valeur mais de faire passer votre message* », renchérit Chérif Mili. Multiplier les blagues risque de vous décrédibiliser et l'exercice est d'autant plus risqué que tout le monde n'est pas humoriste dans l'âme. Certes, raconter une anecdote ou expérience personnelle comme entrée en matière est plutôt bien vu, mais si vous êtes d'un naturel timide et que votre concept est solide, ne forcez pas votre caractère, conseille Chérif Mili.

Demander trop d'argent et trop tôt

« *Un bon entrepreneur doit avoir une conscience très précise du montant dont il a besoin* », prévient Patrick Malka, cofondateur de Newfund Management. « *Il faut avancer par étapes* », conseille Timothée Rebours, fondateur de la startup Seald, un outil de sécurisation d'e-mails et de documents pour les entreprises. « *Plutôt que de demander 20 millions d'euros pour construire le prochain Airbus, expliquez comment vous allez passer d'une étape A à une étape B* ». De même, montrez l'objectif à atteindre plutôt que les moyens : « *Ne dites pas que vous allez acheter des ordinateurs et recruter cinq personnes, mais que l'argent va servir à votre développement à l'international* », suggère Chérif Mili. Inutile enfin de se précipiter à lever des fonds dès la création de la startup. «

Vous devez au moins avoir fait la preuve que votre concept fonctionne », assène Éric Salomon, fondateur de Fondateur [Time To Pitch](#) et formateur pour Bpifrance.

Avancer des chiffres mirobolants

Avoir de l'ambition, c'est bien. Mais faire croire que le votre startup de partage de lave-linge amassera autant d'utilisateurs qu'Airbnb en moins d'un an ou que le marché du biberon connecté va tripler en un mois, ça risque de vous faire passer pour un rigolo. « *Les VC ne sont pas des crétiens* », met en garde Éric Salomon « *Ils voient passer des milliers de projets. L'hypercroissance ne se décrète pas, elle se démontre* », assène-t-il. En revanche, rien ne vous interdit de choisir les chiffres que vous allez mettre en avant. « *Ça peut être une croissance de type financier, en clientèle, en nombre de contrats ou d'utilisateurs* », suggère Nicolas Rose, investisseur chez Xange Private Equity.

Se croire unique au monde

« *Gardez bien à l'esprit que si vous avez eu une bonne idée, c'est qu'il y a déjà une bonne vingtaine d'autres startups dans le monde qui sont en train de pitcher dessus* », plaisante Chérif Mili. Vous devez non seulement montrer que vous avez pris en compte la concurrence, mais aussi en quoi vous allez vous démarquer. C'est ce que Chérif Mili appelle « unfair advantage » : le truc en plus qui fait que vous aurez une longueur d'avance sur les autres. Cela peut être par exemple un partenariat exclusif avec une entreprise, une large communauté pouvant se transformer en clients potentiels ou une dream team déjà à l'origine d'une startup à succès.

Utiliser un jargon nébuleux

« *Nous développons des biomarqueurs prédictifs de réponse aux traitements* ». Cette entame de pitch d'Oncofactory risque de ne pas être très parlante. En revanche, expliquer que la startup va faire gagner des années au développement de nouveaux médicaments sera tout de suite plus convainquant. « *Utiliser des mots compliqués ne vous fera pas paraître plus intelligent* », raille Chérif Mili. Même si les investisseurs sont la plupart du temps des personnes brillantes, elles doivent saisir votre idée en quelques secondes. « *Supprimez toutes les fioritures* », conseille encore le formateur. « *Inutile de préciser que l'utilisateur doit s'inscrire avec son e-mail et un mot de passe. Ce qui va de soi n'a pas besoin d'être dit* ». Evitez aussi les mots fourre-tout comme « synergie », « facilitateur » ou « innovant », qui ne servent qu'à encombrer votre discours.

Donner du temps au temps

« *Un investisseur ne vous dira jamais non directement* », témoigne Timothée Rebours. « *Il va vous dire de revenir quand vous aurez avancé sur tel et tel point, mais en fait ça veut dire que c'est non* ». Pour être sûr de ne pas poireauter pour rien, créez un sentiment d'urgence. « *Même si ce n'est pas vrai, dites que vous êtes en discussion avec cinq autres fonds d'investissement et que vous avez besoin d'une réponse d'ici une date précise* », conseille-t-il. Ne tombez pas pour autant dans une pression temporelle bas de gamme type vendeur de canapé, qui prétend toujours qu'il ne reste que quelques heures pour bénéficier de sa super affaire. « *Expliquez simplement qu'il y a plusieurs acteurs en jeu et que vous avez des délais à respecter* », suggère Oren Klaff.

Avoir l'air aux abois

« *Si vous avez désespérément besoin d'argent, c'est qu'il est déjà trop tard pour votre startup* », balance carrément Chérif Mili. Donner l'impression que ce rendez-vous est votre dernière chance ne risque pas de rassurer votre interlocuteur. « *Oui, l'investisseur sait que vous demandez de l'argent, mais quand vous laissez des indices suggérant que vous êtes dans le besoin, c'est comme si vous disiez très clairement : j'ai sur moi un bombe susceptible d'exploser d'une minute à l'autre* », assène Oren Klaff. L'astuce consiste à inverser le rapport de force en faisant croire que c'est l'investisseur qui a besoin de vous. « *Vos pouvez même bluffer en disant que vous n'avez pas vraiment besoin d'argent mais que vous voulez un grand nom du capital risque pour renforcer votre image de marque* », glisse-t-il. En plus, cela flattera son ego.

Parler trop vite

Même si un bon pitch doit être court, accélérer le rythme pour caser un maximum de détails ne servira à rien. Un débit trop rapide risque au contraire de faire perdre le fil de votre discours à l'auditoire. « *Un bon pitch est concis d'abord parce qu'il est bien structuré* », note Éric Salomon. La règle généralement avancée est de parler environ deux fois moins vite de ce dont vous avez l'habitude. Un exercice pas forcément évident et qui mérite donc de s'entraîner en amont, auprès de connaissances ou de Business Angels par exemple. Vous pourrez au fur et à mesure éclaircir votre présentation et ainsi adopter une attitude plus posée.

Article écrit par CELINE DELUZARCHE