

Crowdfunding : le marathon de la séduction polygame...

Simon Leloutre, fondateur de Puump ! vous raconte les dessous de sa campagne de crowdfunding. Objectif : 150 000 euros !

Le crowdfunding, sur le papier, c'est le nouvel eldorado de la startup « early stage » pour accéder à ses premiers financements privés - traduire le « early stage » en question par n'ayant pas encore un produit ou un service assez sec pour séduire les fonds d'investissement, voire de gros business angels-. C'est vrai ça, quoi de mieux pour financer son projet de disruption circulaire ubérisant l'IA programmatique que de s'adresser à ses futurs clients pour qu'ils investissent un petit ticket et prennent part à l'aventure en devenant actionnaires ?

Dans la vraie vie - en tout cas la nôtre -, une campagne de crowdfunding est un marathon de la séduction polygame : il ne faut pas séduire un, deux ou trois investisseurs professionnels - mais des dizaines d'investisseurs potentiels, qui souvent sont novices en la matière, en un temps limité.

Cette chronique vous dévoile les dessous de notre campagne actuellement en cours, nos trucs et astuces de séduction quand on n'est pas des supers beaux gosses, nos petites victoires, gros succès mais aussi angoisses et panades du quotidien.

Pour les entrepreneurs intéressés par ce mode de financement, ce billet sur nos avancées pourra être soit - si nous bouclons cette campagne - un petit guide de certaines pratiques efficaces qu'ils pourront utiliser demain, soit - si cette campagne est un four -, un antimanuel de la levée réussie. On espère

évidemment éviter le best seller avec un antimanuel...

Episode 1 : comment tout foirer avant même d'avoir commencé...

« *L'échec doit être valorisé en France, vive l'échec !* ». Wouaouh, trop bien ; ayant dû liquider ma précédente startup, RueCentrale, en juillet 2017 après 3 années de travail et d'espoirs, je me sens un super héros en suivant ce poncif lancé par les gourous et spécialistes de l'entrepreneuriat qui n'ont jamais entrepris. Je décide donc de me relancer dans la foulée dans une nouvelle aventure, armé de ma médaille de bon loser. Bon, dans la réalité, à un peu plus de 40 ans avec quelques startup au compteur - dont des réussites, je vous promets ! -, je ne sais plus faire autre chose de mes 10 doigts - et n'ai d'ailleurs aucune autre envie - que d'entreprendre à nouveau.

J'attaque donc en novembre 2017 sans un sou mais avec 2 associés rock stars, un projet nommé Puump !, service de gonflage de pneus à la demande, là où la voiture est garée. L'idée part d'un constat simple : plus de 70% des voitures en France roulent avec des pneus chroniquement sous-gonflés. A constat simple - les Français ne gonflent plus leurs pneus -, réponse simple - on va venir les gonfler pour eux, et service simple, grâce au mobile.

Un concours et 40 000 euros

Début février 2018, alors que nos développements technologiques viennent de démarrer, c'est la divine surprise : nous sommes les grands gagnants du hackathon organisé par Volvo France sur les solutions innovantes pour la mobilité de demain. À la clé, 40 000 euros, de quoi ne pas avoir à prendre immédiatement son bâton de pèlerin pour lever nos premiers fonds.

Parallèlement, les retours médiatiques sont conséquents, et nous sommes approchés par plusieurs groupes industriels du secteur automobile pour mettre en place des partenariats.

Il s'avère cependant rapidement que pour finaliser les développements du produit et lancer notre MVP - la version test du service - dans de bonnes conditions, les 40 000 euros gagnés ne seront pas suffisants. Rien de grave, l'échec est valorisé ; arborant ma belle médaille de la plantade et fort de l'intérêt affirmé de plusieurs industriels de l'automobile et de la visibilité médiatique dont nous avons bénéficiée, ce sera les doigts dans le nez pour lever les 100 000 euros nécessaires. Sauf qu'après quelques semaines, le constat est sans appel : n'en déplaise aux gourous de l'entrepreneuriat sur papier, ma médaille en or massif du mec qui s'est déjà banané, gage d'expérience et marque de résilience comme l'expliquent les experts sus-cités, est en fait perçue par la plupart des gros business angels de notre réseau

comme une breloque irradiée. « *Bravo, vous êtes géniaux et courageux. Maintenant, lancez, prouvez-nous que ça marche et évidemment qu'on investira* ». Un VC n'aurait pas répondu autrement. Le chat se mord la queue sévèrement.

5 600 euros récoltés sur un objectif de 150 000

Pas grave, nous sommes résilients comme l'indique notre breloque fièrement arborée, nous ferons donc appel à la foule, le fameux crowdfunding.

SmartAngels, l'une des principales plateformes françaises est enthousiaste. Y'a plus qu'à ! Et c'est là que nous avons failli tout planter. Nous avons lancé notre campagne mi-juillet. Résultat des courses : au 1^{er} septembre, seuls 5 600 euro ont été investis. Sur un objectif de 150 000 euros, on est loin, très loin, du compte. De quoi transpirer à grosses gouttes.

Nous savions évidemment que la période estivale était loin d'être la plus propice pour faire appel aux investissements, nous avons un minimum de lucidité malgré notre jolie médaille. L'atonie de la période nous est d'ailleurs confirmée par SmartAngels qui nous expliquera que toutes les startup en campagne durant l'été ont été boudées.

Certes. Mais l'expérience me confirme que les problèmes, ça ne s'additionne pas, ça se multiplie, pour paraphraser le clairvoyant Albert Simonin, auteur de *Toucher pas au grisbi*, mais qui lui disait cela de la connerie. Car se rajoute au mauvais timing de lancement le fait que nous avons démarré notre campagne de crowdfunding avec une jauge d'investissements à 0 - quand il est vivement conseillé d'avoir au préalable agrégé quelques dizaines de milliers d'euros auprès de business angels pour afficher une première dynamique dès le début de la collecte. Concrètement, au lancement, il faut que la jauge d'investissements affiche au moins 30% du montant recherché.

Le message passé pour les investisseurs de la plateforme est désastreux : 5 600 euros investis en un mois et demi, c'est quoi ce canard boiteux ? « *C'est vachement bien comme idée, mais si personne n'y va, c'est qu'il y a un loup, forcément... !* », CQFD. Ou comment tout planter avant même d'avoir commencé !

Bon, comme nous sommes des entrepreneurs sympathiques et finalement pas si mauvais, quelques beaux business angels décident finalement de nous suivre la 2^{ème} semaine de septembre en investissant quelques euros. Cerise sur le pneu, nous apprenons la semaine dernière que nous faisons parties des 4 startup sélectionnées par Car.Studio, le programme d'incubation du groupe Mobivia (Norauto, Midas, Carter-Cash...), nous ouvrant de très belles perspectives business, nonobstant un potentiel financement à court/moyen terme.

Ouf ! La campagne peut sereinement (re)démarrer. Ce n'est pas encore gagné - nous avons échappé à la correctionnelle de peu - mais l'horizon s'éclaircit.

A la semaine prochaine pour de nouvelles réussites et jolies galères, c'est certain...

Investir dans Puump !

Article écrit par SIMON LELOUTRE