

Comment Alsid en est arrivé à lever 13 millions d'euros en série A

Alsid vient de boucler une Serie A de 13 millions d'euros, souscrite auprès de ses investisseurs historiques (360 Capital & Axeleo Capital) et Idinvest en leader de ce tour de table. Axeleo a décidé à cette occasion de partager la genèse de leur histoire avec l'équipe et les débuts de la société, dont ils ont été les témoins.

Temps de lecture : minute

17 avril 2019

L'annonce d'une levée de fonds, c'est pour nous l'occasion d'apporter un point de vue complémentaire et d' "insider" de leur développement. Donc promis—juré : dans ce billet, vous ne retrouverez pas de poncifs sans saveur ou de formules génériques de CP de levée du type "ce tour de table leur permettra de mettre le cap sur l'international et de renforcer l'équipe" .

Et cela pour plusieurs raisons :

- chez Axeleo, on apprécie bien les éléments un peu plus contextualisés et illustrés
- on est convaincus que le cash investi ne conditionne pas la qualité d'exécution d'un projet
- on pense qu'une annonce de levée est fichtrement plus intéressante quand elle ne se limite pas au montant levé, mais qu'elle s'intéresse aussi à ce pourquoi des partenaires investisseurs adoubent le projet et valident une démarche de développement

Donc oui, par ce tour de table, Alsid change de braquet. Ou plutôt, il serait plus juste d'affirmer que ce round valide leur modèle de croissance, réalisations commerciales et empreinte internationale (Alsid étant présent et ayant massivement investi sur la plaque ASEAN depuis un an).

Donc en tant qu'organe d'accompagnement, investisseur de la première heure (et désormais financeur Serie A), nous avons été les témoins privilégiés de leur développement. Ainsi, il nous semblait sympa de vous proposer un coup d'œil dans le rétroviseur sur notre collaboration débutée fin 2016. Fin 2016... pfff...Johnny était encore des nôtres et Station F s'appelait la Halle Freyssinet. Une éternité à l'échelle de temps de la "French Tech" .

A vrai dire, plutôt qu'un "simple coup d'œil" , il serait sémantiquement plus juste de vous proposer "une paire d'yeux" : vu par le prisme de l'investissement (Axeleo Capital) et sous l'éclairage de notre accélérateur (Axeleo Scale).

Car pour certains "Axeleo", c'est un accélérateur, pour d'autres c'est un fonds. En fait, Axeleo est une plateforme d'accélération, composée d'un fonds d'investissement (Axeleo Capital) et d'un programme d'accélération (Axeleo Scale), spécialisée pour les startups de l'Enterprise Technology et du digital B2B. Par ce modèle unique, nous avons tenté depuis 2017 un pari audacieux de proposer un modèle qui intègre investissement (avec de l'argent sonnante et trébuchant) et accélération (avec un accompagnement structurant fruit de notre ADN) pour les startup software B2B. Ce double modèle audacieux d'investissement et accélération fait la force et l'unicité d'Axeleo. Ainsi, Alsid fut l'une de nos premières startups intégrées dans ce modèle combiné. Magnéto Serge.

[Mathieu Viallard d'Axeleo Capital — référent d'investissement d'Alsid]

Nous avons rencontré Emmanuel et Luc pour la première fois en septembre 2016. Le dossier nous avait été transmis par un de nos entrepreneurs associés avec son habitude de synthétiser son propos dans l'objet : "jette un œil à cette prés tech" + une pièce jointe...et c'est tout...

"Alsid IT", ça fait un peu année 2000 comme nom de startup, non ? ... (L'IT sautera plus tard, un peu comme le " THE "). Bref, j'ouvre...

A cette période, nous étions en plein fundraising sur Axeleo Capital 1 et l'un de nos objectifs était de détecter les premières pépites qui devaient constituer le portefeuille. À travers l'expertise de l'équipe et de nos entrepreneurs associés, la cybersécurité a toujours fait partie des sujets d'intérêts de notre deal flow. La cyber possède ce côté sans fard, où l'expertise des entrepreneurs ne peut mentir... En deux/trois ref calls, vous êtes capables de valider la robustesse du produit, l'intérêt marché et la qualité de l'équipe. Dans le cas présent, le passé commun de Luc et Emmanuel à l'ANSSI participe à ce qu'il y a de mieux en termes de " background check " .

[Matthias Fille d'Axeleo Scale — référent accélérateur d'Alsid]

Notre première rencontre remontait au 20 Septembre 2016. Projet jeune au premier abord, mais rien de "porteurs de projets". Bien qu'Alsid était relativement peu exposé dans l'écosystème startup (c'est pas plus mal et plus sain), il faisait preuve d'un très bon premier degré de maturité pour une startup dont les statuts venaient d'être fraîchement déposés. Nous apprenions ainsi que leur solution était déjà en production sur un premier périmètre dans le CAC 40 avec une génération de 100 000 euros de "pure" ARR..

Il serait prétentieux d'affirmer qu'à l'époque nous étions des experts aigus des composantes d'un Active Directory : les forêts, les sous-domaines, etc. En revanche échanger sur le SOC, la PSSI, le forensic, des éléments contextualisés de remédiation ou encore des APT, ça, ça nous parlait davantage. À la rigueur, ce n'est pas pour l'expertise technique sur l'Active Directory qu'ils avaient décidé de nous rencontrer. On y reviendra. D'ailleurs, ce qui nous a frappé lors de ces premières rencontres étaient la démystification du sujet qu'ils adressaient et la limpidité de

l'approche qu'ils comptaient adopter.

“*Magic Alsid's recipe : frustration x expertise x hunger*”

Avec mon associé Mathieu, nous avons tout de suite humé dans le top management d'Alsid un savoureux nectar : de la frustration, de la praticité et une envie débordante de tacler une bonne fois pour toute la sécurisation des infrastructures d'annuaires.

Plus concrètement :

- Frustration : lors de leur passage à l'ANSSI, les fondateurs ont été chargés d'analyser le mode opératoire mis en œuvre par les groupes d'attaquants pour compromettre les ressources de leurs victimes. Le résultat de leurs études démontrait invariablement qu'une fois que l'attaquant avait cassé les sécurités périmétriques, les vecteurs d'attaques complexes ciblaient invariablement le même composant central névralgique : les infrastructures d'annuaire. Les raisons de cette faiblesse sont multiples : manque de connaissance du système, difficulté de maintenir un niveau satisfaisant dans le temps, et surtout manque d'outillage approprié. Autant de raisons tangibles pour se pencher sur le sujet et cristalliser cette frustration.
- Praticité : leur passé opérationnel et leurs publications scientifiques internationales sur la problématique plaident naturellement en leur faveur. En effet, le fait d'avoir opéré des attaques en conditions " réelles " sur des infrastructures " réelles " leur conférait une vraie vision sans angle mort du produit à concevoir. Mais cette caution scientifique n'était pas suffisante pour se faire une place au soleil. Encore fallait-il être en mesure de concevoir un produit qui puisse abstraire la complexité inhérente aux infrastructures d'annuaire et proposer de vrais calls-to-action aux RSSI et son équipe (cf. éléments de remédiation contextualisés). C'est de là qu'émerge la *mission statement* d'Alsid : " Better Value for Money ! "
- Envie : quel dénominateur commun entre Luc et Emmanuel ? La fringale fichtre ! Et une farouche volonté de proposer une solution qui résolve de manière pragmatique et pérenne les problèmes de leurs clients et ne serve pas seulement à justifier les dépenses de budget de sécurité : " Let our software solution speak for itself ".

[Mathieu—Axeleo Capital]

Axeleo, l'accélérateur, étant opérationnel depuis plusieurs années, nous étions dans une logique de sélectionner les meilleurs startups B2B et de les intégrer dans notre programme d'accélération tout en prenant des options pour le tour de table seed à venir ; à venir...tout comme notre premier closing !

Néanmoins il est toujours difficile pour un fonds " en levée " d'expliquer à ses dossiers chauds que nous pourrions participer au tour de table alors même que nous sommes également de notre côté dans une période d'incertitude : quelle va être la taille du premier closing et surtout

quand est-ce que nous pourrons décaisser les premiers investissements.... Encore plus que dans les autres moments de la vie du fonds, il faut convaincre les dirigeants, être toujours plus transparent sur votre propre process... Et bâtir une relation de confiance...

Dès nos premières rencontres avec l'équipe, leurs objectifs étaient clairs : s'attaquer à un pain-point encore mal géré par les administrateurs systèmes : la sécurisation d'Active Directory, centre névralgique des attaques où les experts sont aussi peu nombreux que les mesures de protection. Deux acteurs, un Israélien et un Américain étaient sur une approche similaire, mais aucun concurrent en Europe. Nous avons pu avoir un retour extrêmement positif de leur seul client de l'époque et avons pu monitorer l'utilisation de la solution, les feedbacks des premiers utilisateurs, l'évolution de la roadmap à la suite de ce premier cas...

Au-delà des enjeux produits, le management d'Alsid fait partie de cette trempe de dirigeants qui font la différence par leur capacité d'exécution et d'organisation. Dès les premiers contacts, les présentations étaient préparées et les réponses précises... De nombreux travaux se profilaient concernant le pricing, le recrutement, l'équipement des commerciaux, l'indirect, mais la vision était là, le discours et le plan étaient rodés... il fallait plonger.

[Matthias—Axeleo Scale]

La vente complexe et l'Enterprise Software, c'est bien. Mais c'est encore mieux si la problématique est universelle et commune à l'ensemble des comptes que nous comptons adresser. A condition toutefois de soigner l'éducation sur le problème adressé et l'évangélisation de l'approche produit afin que le recours au produit d'Alsid soit un véritable no-brainer ! Et là, le terrain était fertile : Active Directory est présent chez 95% des grands comptes et cela à l'international. Un vrai composant IT " natif " ! Le terrain de jeu s'annonçait sympa.

“From Startup to a true Enterprise Software Venture”

Un sous-jacent tacite de la collaboration entre Alsid et Axeleo Scale a toujours reposé sur une volonté de transformer Alsid en une vraie entreprise reconnue à l'échelle internationale de cybersécurité (PME ce n'est pas péjoratif). Les poncifs de "startup" , très peu pour Luc et Emmanuel : *"Nous n'avons pas voulu créer Alsid pour " faire une startup ", mais pour résoudre un problème auquel nous avons été confrontés trop souvent" .*

Ainsi, ils ont très vite intégré que pour :

- vendre et valoriser leur solution à des RSSI,
- équiper l'ensemble de leurs périmètres AD (enjeu de solution Groupe)

cela nécessitait un marketing produit robuste et une organisation commerciale outillée, mature, structurée et duplicable et cela sur l'ensemble de processus commercial (avant-vente

technique, closing, upsell, account et channel management). Ainsi cette démarche de professionnalisation a toujours été une composante native d'Alsid : du 1er deck qu'ils nous avait exposé en premier RDV à ce qu'ils sont devenus deux ans et demi plus tard.

Dans la veine de ce que nous proposons à nos clients startup (oui, nous les appelons volontairement " clients " et pas " batch " ou encore " promo S01E02 "), nous avons tâché de mettre noir sur blanc notre compréhension de là où ils en étaient VS leurs enjeux de développement. Et par cette " analyse d'écart ", translater cela dans un programme d'accompagnement avec des objectifs de réalisations associées :

- marketing produit : besoin d'évangéliser sur le bien-fondé de leur démarche produit, légitimer l'approche d'Alsid (d'autant plus critique dans un cercle de RSSI cyber où les best practices de certains ont un effet de ruissellement sur les pairs).
- accompagnement client : nécessité de transiter d'une organisation commerciale artisanale vers un modèle commercial, mature, outillé et professionnalisé afin de favoriser les logiques d'upsell et de duplication de périmètre.
- commencer à " sortir du bois " : et les aider aussi bien sur l'acquisition de 1ères références corporate " flagship " que de positionner Alsid dans l'écosystème RSSI, corporate et cyber (médias, PR, influenceurs, stakeholders, events métiers, clubs clients RSSI, etc.).
- démarche partenariale : l'écosystème cyber est tel qu'il est. Il fallait donc commencer à anticiper les 1ères phases d'itération de modèle de vente partenariale et indirecte (VARs, intégrateurs, resellers, ect.).
- renforcement RH : forcément, quand on fait de la cyber vente complexe, c'est peu dire qu'on est moins visible qu'Algolia en terme de brand employability pour les jeunes talents. Ça tombe bien, c'est tout ce qu'on aime faire chez Axeleo en épaulant nos participations sur la redéfinition de périmètres organisationnels, la recherche, le screening, la validation et l'intégration de nouveaux profils du VP à l'opérationnel. Nous ne concevons pas l'accélération comme des best practices théorisées sur YouTube. Cela doit passer aussi par aider opérationnellement nos participations sur la conception de leurs outils, processus, livrables ou faire de la chasse RH.
- top management : nous étions alignés avec Luc et Emmanuel sur l'apport que pourrait avoir la présence d'un advising board en complément de l'accompagnement opérationnel. Ainsi, nous avons travaillé de pair en amont de leur tout d'amorçage sur la constitution d'un board d'oiseaux rares et précieux de la cyber. Autant que faire ce peu, il fallait qu'ils soient représentatifs des différents aspects prégnants de leurs enjeux (business & marketing & structuration). Une de ces personnes a d'ailleurs depuis intégré l'équipe opérationnelle à l'occasion de cette Série A en tant que VP. Well done guys.

18 mois plus tard, les étapes suivantes n'ont été qu'une confirmation de tout le bien que nous pensions d'eux lors de nos premiers échanges. Que de chemin parcouru, quelle courbe d'apprentissage. Mais ils vont le diront vous-même : " *not good enough* ". Cette Série A (et ce qu'elle traduit) n'est qu'un jalon préliminaire de l'histoire que veut imprimer Alsid. Les produits américains et israéliens de sécurité n'ont qu'à bien se tenir. To be continued...

Lire l'article sur [Medium](#)

