

Pour entrer en Bourse, mieux vaut être une scaleup B2B (ou avoir beaucoup levé)

L'étude Tech Pulse 40 réalisée par KPMG met en avant le potentiel des scaleups s'adressant aux professionnels si elles décidaient d'entrer en Bourse. Au contraire, les pépites grand public ne peuvent prétendre à la cour des grands que grâce à de méga-levées de fonds.

Lever de l'argent ou ne pas lever, le débat ne cesse de diviser les entrepreneurs. Mais lorsqu'il s'agit de lorgner sur la Bourse, la réponse est claire : non seulement il faut avoir levé mais il faut avoir levé beaucoup. L'étude *Tech Pulse 40*, réalisée par KPMG, a ainsi scruté quelque 400 entreprises technologiques françaises pour en extraire les 40 plus prometteuses dans l'optique d'une entrée en Bourse - que le projet soit affiché dans la feuille de route des scaleups ou non.

Et la conclusion est sans appel : pour avoir l'espoir de réaliser et réussir son entrée en Bourse, il faut visiblement avoir une activité B2B ou avoir réalisé un exploit auprès des VCs. Ainsi, sur les 40 entreprises sélectionnées, seules 11 s'adressent en priorité au consommateur final. Les autres ont toutes une activité d'abord destinée aux professionnels. Et parmi cette dizaine d'entreprises B2C, cinq figurent dans le classement des 10 levées de fonds françaises les plus importantes ([BlaBlaCar](#), [Voodoo](#), [Deezer](#), [ManoMano](#) et

Devialet). Deux cumulent même les bons points, en étant à la fois destinée aux professionnels et ayant réalisé des méga-levées : Sigfox et Doctolib – cette dernière présentant la particularité d’être B2B2C, la perle rare à en croire le profil des heureuses élues !

La revanche des unsexy startups

Les applications et technologies d’entreprises sont de loin le secteur le plus représenté parmi les 40 sociétés, avec pas moins de 13 scaleups. La « licorne » OVH est d’ailleurs lauréate de la verticale « infrastructures », tandis que Mirakl s’est distinguée du côté des solutions. Sur les neuf entreprises lauréates, sept ciblent le marché des professionnels. Seules Blade et BlaBlaCar tirent leur épingle du jeu en s’adressant aux consommateurs.

L’étude ne fait ainsi que confirmer que le B2B a le vent en poupe. Et pour cause : les 40 pépites ont été sélectionnées sur la base de critères qui favorisent ce type d’entreprises. Ainsi, la « *capacité d’attraction des capitaux* », étroitement liée au « *caractère innovant de la technologie, du projet et leur adéquation à une demande forte et identifiée* », pointent tout droit vers les scaleups B2B. Ces dernières, grâce à des potentiels marchés colossaux surfant sur la transition numérique, s’attirent de plus en plus facilement les faveurs des investisseurs, lassés des projets B2C qui peinent pour certains à convaincre au-delà de l’écosystème startup.

Dernier critère discriminant, la « *maturité des sociétés* » oriente elle aussi vers des projets B2B qui se développent à vitesse grand V ou vers des entreprises B2C dont l’expérience leur a permis de s’implanter durablement dans le paysage – et de réaliser au passage des opérations financières majeures, à l’instar de BlaBlaCar ou Deezer. Notons également que ce critère a pu dopper les technologies médicales – deuxième secteur le plus représenté avec sept entreprises – et tout particulièrement les Biotech qui doivent faire valider chaque étape de leur développement afin de pouvoir obtenir plus tard les autorisations de mise sur le marché. Reste à voir si les prédictions de KPMG se réalisent : la Bourse n’est, pour l’instant, pas prise d’assaut par les demandes de cotation de startups...