

Qui veut être mon associé, un tremplin pour les startups présentées

Que les investisseurs aient été séduits ou non, les startups qui ont été présentées dans Qui veut être mon associé ont bénéficié d'une visibilité sans précédent auprès du grand public.

19 février 2020

C'était le phénomène télé de ce début d'année. M6 a programmé, durant six semaines consécutives, l'émission *Qui veut être mon associé* en prime time le mardi soir. L'occasion pour des dizaines d'entrepreneur·e·s de pitcher leur société devant un jury de cinq investisseurs dont la composition changeait ([Marc Simoncini](#), [Catherine Barba](#), [Marc Vanhove](#), [Delphine André](#), [Frédéric Mazzella](#) et [Éric Larchevêque](#)). Huit mois après le tournage de l'émission et quelques jours après la diffusion de leur passage à une heure de grande écoute, comment les startups retenues ont-elles vécu cette exposition médiatique ?

De l'avis de toutes les startups que nous avons pu interroger, qu'elles aient été financées ou non par les investisseurs, le bilan est très positif. "Ça a été une expérience très riche, atteste Nelly Meunier, cofondatrice de [Sunday](#), qui a levé 200 000 euros auprès de Delphine André. Nous avons anticipé la diffusion en lançant une landing page qui tiendrait mieux le choc que notre site. En une semaine, nous avons eu 5000 messages de clients, d'investisseurs, de candidats qui souhaitaient postuler chez Sunday !"



À lire aussi

Comment avons-nous construit notre app ?

Même combat pour [Foodvisor](#), qui n'a pas convaincu les investisseurs. *"Nous nous sommes préparés pour encaisser la charge, précise Charles Boes, cofondateur de la startup. En quelques minutes, notre application a été téléchargée plusieurs dizaines de milliers de fois ! Nous étions numéro 1 du PlayStore et numéro 2 de l'AppStore ce soir-là."*

Une exposition précieuse

C'est aussi ce que retient Henri de Kergorlay, l'un des cofondateurs d'Urban Circus. La startup avait réussi à rafler la promesse d'un investissement de 500 000 euros auprès de Marc Vanhove et Marc Simoncini. Mais ce mardi, elle a annoncé avoir coupé court aux négociations qui se prolongeaient depuis le tournage. En cause : investisseurs et entrepreneurs ne parvenaient pas à s'accorder sur les conditions de l'opération, notamment le pourcentage de capital (20% selon les termes annoncés à l'antenne, 16% négociés ensuite par les entrepreneurs ; les investisseurs ont finalement souhaité revenir aux termes initiaux).

Loin de se décourager, les entrepreneurs ont vu l'émission comme une opportunité. *"Après la diffusion, on a été contactés par beaucoup de potentiels clients, distributeurs mais aussi investisseurs. Ça permet de rééquilibrer les forces dans la négociation."* C'est pourquoi ils ont préféré ne pas poursuivre les discussions avec les investisseurs de Qui veut être mon associé mais rechercher désormais de nouveaux investisseurs pour boucler une levée de 800 000 euros d'ici la fin de l'hiver. D'autres startups ont elles aussi décidé de finalement décliner l'offre des investisseurs : les déodorants "naturels" de la marque *Respire* mais aussi les ceintures de *La Vie est Belt* ont préféré l'auto-financement, surfant sur la visibilité que leur a offert l'émission.

Des conseils constructifs

Autre point positif à mettre à l'actif de l'émission : les entrepreneurs soulignent dans l'ensemble que le montage est fidèle à l'expérience qu'ils ont vécue de l'autre côté de la barrière. *"C'était fluide, très fidèle aux émotions qu'on voulait transmettre"*, assure Nelly Meunier, qui a présenté sa solution pour lutter contre l'isolement en maison de retraite. Pas facile pourtant de retranscrire 1H45 d'échanges en quelques minutes !

Fidèle, c'est aussi le terme utilisé par Charles Boes, de Foodvisor. *"C'était marrant mais stressant aussi"*, précise l'entrepreneur, pourtant habitué à l'exercice du pitch. *"Nous avons déjà fait deux levées de fonds mais c'est très différent de pitcher devant les caméras et surtout spécifiquement pour le grand public."* Le tout en une seule prise puisqu'il n'était pas question de pouvoir recommencer. Les entrepreneur·e·s étaient donc sans filet !

Pour les startups qui ont participé à l'expérience, c'était aussi l'occasion de bénéficier des conseils d'entrepreneurs investisseurs reconnus. *"On a revu notre approche, concède le cofondateur de Foodvisor. On essaye de rendre cela plus attractif pour le grand public, en travaillant sur la précision et l'intérêt en matière de santé."* Même constat du côté de Nelly Meunier, qui loue les commentaires *"constructifs"* des jurés. *"Ils ne sont pas là pour être gentils mais ils nous ont donné de super conseils."*

Accompagnée par Delphine André, la startup s'est développée à vitesse grand V. Mais même les projets qui n'ont pas trouvé preneurs dans l'émission rebondissent : quelques semaines après le tournage, Foodvisor a bouclé une levée de fonds de 4 millions d'euros auprès de plusieurs fonds d'investissement et de business angels.

Article écrit par Geraldine Russell