

Coronavirus : La fin du modèle startup ?

Alors que l'épidémie de Covid-19 poursuit sa propagation, l'activité économique subit les premiers effets d'une récession annoncée. Dans ce contexte si particulier, certaines entreprises ayant adopté des modèles de performance particulièrement efficaces en temps normaux se retrouvent aujourd'hui prises au dépourvu, et sommées de s'adapter.

Temps de lecture : minute

11 mai 2020

Enviées et parfois imitées par de nombreuses entreprises plus traditionnelles, les startups se sont lancées au cours de la dernière décennie dans une course effrénée à la performance ; à l'image de Meero, la jeune pousse française ayant obtenu, en moins de quatre ans d'existence, une levée de fonds de près de 230 millions de dollars !

Fondées par des équipes réduites, financées par des investisseurs externes, et poussées à prendre tous les risques afin de démultiplier leurs valorisations, ces jeunes pousses sont devenues des mécaniques particulièrement bien huilées, optimisées et efficaces.

La startup américaine Snowflake en est une parfaite illustration, avec la multiplication par deux de sa valorisation durant l'année 2019 (pour atteindre les 12,4 milliards de dollars), après avoir augmenté ses revenus de +257% en 2018...

Problème, lorsque le moindre grain de sable s'immisce dans les rouages sur-optimisés de ce type d'entreprises, surgit la défaillance technique. A l'image d'une Formule 1, monstre de performance et d'efficacité sur les circuits, mais parfaitement incapable de franchir le moindre dos d'âne...

Bref, le modèle startup traditionnel construit sur une quête d'ultra-performance montre actuellement ses limites !

L'occasion de lancer un modèle startup "2.0"

Face à la crise actuelle, l'idée n'est bien évidemment pas de nier le modèle startup en tant que tel, mais plutôt de lui apporter une nouvelle dimension : la résilience. Au cours du mois de mars, les fonds d'investissement en capital-risque ont diminué leur soutien aux startups... La capacité à s'adapter aux phases de croissance comme aux phases de récession s'avère donc plus que jamais nécessaire pour survivre et prospérer en dépit des aléas. Mais comment faire ?

En termes financiers, la solution à cette problématique porte un nom : la "*couverture sur les risques de variation forte du change*". Comme son nom l'indique, cette approche consiste tout simplement de se sécuriser, autrement dit à se prémunir d'un certain nombre de risques lié à cette cause. Un peu comme une assurance... Néanmoins, là où l'assurance consiste à mutualiser les risques, la couverture du risque de change va plus loin puisqu'elle permet carrément de les supprimer !

Prenons un exemple concret, pour illustrer ce principe.

Imaginons qu'une startup française ait décidé d'attaquer le marché britannique le 19 février dernier, peu de temps avant l'arrivée du virus en Grande-Bretagne. En l'espace d'un mois seulement, notre startup française aurait vu son chiffre d'affaires plonger de -10,8% sur le seul effet des variations du taux de change entre l'euro et la livre sterling... Quand bien même notre startup serait parvenu à résister au ralentissement économique en cours, ses pertes de change lui auraient asséné le coup de grâce !

La simple ouverture d'une position de couverture sur les marchés

financiers lui aurait pourtant permis de se prémunir du risque de change (en ayant par exemple recours à un contrat de change à terme du type flexi-terme pour sécuriser son taux de change dès le début). Mieux encore si cette société réalisait des importations de Suède, d'Inde ou d'Indonésie, leur devise respective a atteint ses plus bas depuis une décennie. Une aubaine pour nos sociétés importatrices qui en sortie de crise, aurait été doté d'un avantage concurrentielle par rapport à celle qui ne sont pas intéressé au prévision de sortie de trésorerie en devises.

Et le risque de change n'est qu'un des très nombreux exemples auxquels le principe de couverture apporte une solution. Dans de tout autres registres, Air France se couvre par exemple contre le prix du kérosène consommé par ses avions, tout comme McDonald's utilise ce même principe pour se couvrir contre les variations du prix du poulet composant ses nuggets !

Très efficient lorsque l'activité économique est au beau fixe, le modèle startup traditionnel doit aussi apprendre à résister aux crises économiques et financières, en faisant siens des principes et mécanismes de défense ayant fait leurs preuves de longue date. A ce titre, le recours à davantage de stratégies de couverture est un premier pas concret en direction d'un nouveau modèle plus résilient.

Sébastien Oum est le fondateur de la fintech Ambriva