

Le pitch deck grâce auquel PowerZ a réussi à lever 3 millions d'euros en amorçage

PowerZ dévoile en exclusivité à Maddyness le pitch deck utilisé lors de sa levée de fonds d'amorçage et livre quelques conseils pour accompagner de futurs porteurs de projets.

Mise à jour le 8 octobre 2021 d'un article paru le 20 octobre 2020

C'est le condensé de deux semaines de travail à plein temps, en juin 2020. Le pitch deck élaboré par la startup PowerZ pour convaincre ses premiers investisseurs met d'entrée de jeu l'accent sur son concept. Son produit, une plateforme en ligne qui vise à enseigner diverses matières - mathématiques, histoire, danse, langue des signes, codage, etc. - aux enfants en reprenant les codes du jeu vidéo, a dû être défendu puisqu'il n'y aurait pas d'équivalent en Europe à date. Le diaporama de 25 pages, que *Maddyness* partage en exclusivité, fait la part belle aux méthodes éducatives déclinées dans les activités proposées. Une présentation payante, car la jeune pousse a réussi à lever 3 millions d'euros en amorçage en septembre 2020.

45 minutes pour convaincre

Après une brève présentation des cinq membres qui composent son équipe, PowerZ a dû prouver sa légitimité à investir le secteur de l'EdTech. Les

éventuels doutes se dissipent vite quant à sa capacité à fournir un produit technologique abouti, puisque son fondateur Emmanuel Freund a notamment co-fondé la startup Blade et son service de cloud gaming Shadow. Il s'est, qui plus est, entouré d'experts du graphisme ou bien de l'intelligence artificielle pour ce projet.

C'est donc sur la transmission des savoirs qu'a été mis l'accent – avec pas moins de sept slides. Un moyen d'inviter des acteurs de l'éducation non seulement à financer, mais à participer activement à l'aventure. « *C'était un appel du pied, a détaillé Emmanuel Freund au cours d'un pitch d'une durée de 45 mns pour Maddyness. Nous voulions que les futurs investisseurs puissent aider à alimenter régulièrement les contenus. C'était une façon de dire : je sais gérer une entreprise et vous saurez m'épauler avec votre expertise.* » Cette dernière devant répondre à la culpabilité qu'éprouvent certains parents à laisser leurs enfants devant la télévision ou une tablette. PowerZ instille subtilement son crédo : « *Avec nous, ils seront occupés... mais à apprendre.* »

Ne pas s'attarder sur les chiffres

Au-delà de cette réflexion, la jeune pousse a, de manière plus classique, mis en avant les spécificités de sa solution comparativement à celles qui s'en rapprochent le plus. Citant un certain nombre d'applications mobiles, « *bien souvent mono-thématiques* », PowerZ parvient à faire ressortir son aspect pluridisciplinaire. Son expertise en matière d'IA est habilement présente en filigrane tout au long de la présentation. C'est particulièrement le cas quand il s'agit, pour elle, d'explicitier les bénéfices et objectifs de sa solution – l'émancipation des populations, qu'elles soient fortunées ou non – censée s'adapter à l'avancée de chaque enfant.

Une fois l'équipe présentée, sa légitimité à porter ce projet ainsi que les premiers cas d'usage abordés vient la question de la rentabilité. À coups de feuilles de route et autres tableaux, la startup évacue une étude de marché prometteuse en trois pages. « *Le but n'est pas de rentrer dans le détail des chiffres, qui seront forcément adaptés à mesure que le projet franchit des étapes* », juge Emmanuel Freund, préférant s'attarder à démontrer l'intérêt d'un service gratuit complété d'un abonnement premium, tel qu'adopté par d'autres types de services – Spotify ou Dropbox.

À lire aussi

Les Edtech sont-elles vraiment promises à un brillant avenir

Une volonté de transparence

Il est encore peu courant de voir des startups dévoiler leur pitch deck en intégralité. « *C'est quelque chose que je voulais faire de longue date* », assure Emmanuel Freund, précisant y voir au moins une triple utilité. D'abord, la volonté de jouer carte sur table. « *Si un discours change en fonction des interlocuteurs rencontrés (banques, investisseurs, clients, etc.), c'est que le projet est bancal* », estime le fondateur de PowerZ, qui y voit une manière de rassurer.

Il y a également un enjeu pour l'avenir de l'entreprise, dont le modèle repose entre autres sur des contributions extérieures. « *Rendre ce document public pourrait inciter, comme cela a été le cas pour certains de nos investisseurs, d'autres acteurs à prendre part au crowd thinking pour enrichir nos contenus éducatifs* », rappelle Emmanuel Freund, plein d'entrain.

La dernière raison est désintéressée. L'entrepreneur affirme vouloir mettre son expérience à profit d'autres porteurs de projets. « *On me dit souvent que cela doit être simple pour moi, du fait de mon réseau. Cela aide certes à démarrer, mais c'est en démarchant de premiers investisseurs que d'autres opportunités se présentent. Poser mes idées dans ce pitch deck a été un moyen d'être moins intimidé au moment d'aller au combat pour chercher des fonds, indique-t-il. Alors, à ceux qui en ont besoin, je dis : n'hésitez pas à réutiliser nos idées !* »

Après cette levée en amorçage, PowerZ a levé 7 millions d'euros en juillet 2021.

[CLIQUEZ ICI POUR CONSULTER LE PITCH DECK DE POWERZ](#)