

Commencer à lever des fonds



Destination : Attirer le bon financement pour votre startup.



Directions : Afin de maximiser vos chances d'accès au bon financement, vous devez connaître les options de financement qui s'offrent à vous, vos besoins, vers qui se tourner, et comment pitcher.

Quelles sont vos options de financement ?

Au-delà des fonds propres, il existe de nombreuses options de financement pour les startups. Les différents types de financement sont associés à différents types d'investisseurs (voir le [glossaire des types d'investissement](#) et [des types d'investisseurs](#) pour avoir une vue d'ensemble) et présentent souvent des caractéristiques différentes qui peuvent vous aider à choisir le type de financement qui vous convient le mieux. En choisissant l'option de financement, vous devez prendre en considération les attributs suivants :

- » **Disponibilité :** Cette option de financement est-elle disponible sur votre marché ?
- » **Accessibilité :** Cette option de financement est-elle accessible ?
- » **Coût du capital :** À quoi devez-vous renoncer pour obtenir cet investissement ?
- » **Flexibilité :** Votre entreprise sera-t-elle en mesure d'effectuer des paiements réguliers et échelonnés ?
- » **Contrôle :** Cet investissement affectera-t-il votre capacité à gérer votre entreprise ?
- » **Sûretés/garanties :** Les investisseurs peuvent-ils saisir les actifs ou devez-vous les rembourser personnellement si l'entreprise ne peut pas les rembourser ?
- » **Dilution :** Quelle part de votre entreprise devrez-vous céder pour l'investissement ?



Consignes : Les fondateurs en phase de démarrage doivent être conscients des options qui s'offrent à eux, mais le plus important est de savoir qu'ils ont des options. C'est à ce stade précis que les fondateurs doivent réfléchir à la manière de faire correspondre leurs besoins en financement avec le bon type d'investisseur et le type d'investissement.



Boussole : Quelles sont mes options de financement ?

- » [Les différents types d'investissement \(Glossaire\).](#)
- » [Les différents types d'investisseurs \(Glossaire\).](#)
- » [Apprendre à connaître les SAFE \(Simple Agreement for Future Equity\).](#)



© Endeva/Illume Creative Studio

Dans le tableau suivant, nous mettons en correspondance ces caractéristiques avec les options de financement les plus courantes en Afrique et fournissons des conseils sur la manière et le moment d'utiliser les différentes options.

Option	Pourquoi utiliser	Pour	Contre	Conseils
Actions Ordinaires (Equity)	<ul style="list-style-type: none">» Investir dans l'équipe ou le produit nécessaire pour générer des revenus sans avoir à mettre de côté des fonds pour des paiements récurrents.» Augmenter l'activité en développant des produits ou des marchés supplémentaires.	<ul style="list-style-type: none">» Disponibilité : L'equity pour les startups en Afrique a augmenté de manière significative au cours de la dernière décennie dans la plupart des marchés.» Flexibilité : L'equity s'accompagne souvent d'un transfert de propriété à des actionnaires qui peuvent avoir des motivations différentes, telles que la maximisation du rendement pour les investisseurs.» Garanties : Les risques (et les bénéfices) sont partagés avec l'investisseur. Les actifs ne seront pas saisis et vous n'aurez pas à rembourser si l'entreprise fait faillite.	<ul style="list-style-type: none">» Coût du capital : Les capitaux propres exigent que vous renonciez à la propriété (et aux bénéfices futurs) de votre entreprise. Du pré-amorçage à l'amorçage, le pourcentage à céder se situe généralement entre 10 et 25 %.» Accessibilité : Les fonds propres nécessitent souvent une évaluation, ce qui peut être délicat pour les entreprises en phase de démarrage qui n'ont pas encore de flux de revenus ou d'actifs prévisibles.» Dilution : Au fur et à mesure que l'entreprise se développe et lève plusieurs tours de table, les actions détenues par l'équipe fondatrice se diluent. En règle générale, chaque tour de financement par actions dilue l'entreprise de 10 à 20 %.	<ul style="list-style-type: none">» Les actions doivent être réservées aux cas où le fondateur cherche à échanger une valeur à long terme contre des investissements à long terme. De nombreux fondateurs regrettent d'avoir cédé des actions trop tôt.» À un stade précoce, il est plus stratégique de travailler avec des Business Angels qui peuvent vous offrir des conditions favorables.» Envisagez les notes convertibles et les financements mixtes comme de bonnes options alternatives pour minimiser le montant des actions cédées.» Lorsqu'ils sont disponibles, les SAFE apparaissent comme une option pour les fondateurs en phase de démarrage, car ils ne nécessitent pas de valorisation.
Dette	<ul style="list-style-type: none">» Financement d'activités opérationnelles telles qu'une nouvelle campagne de marketing pour votre produit.» Financement d'actifs.» Peut permettre de lever rapidement des fonds pour vous aider à franchir des étapes importantes pendant les tours de table ou jusqu'à ce que vous soyez en mesure d'obtenir des conditions plus favorables.	<ul style="list-style-type: none">» Accessibilité / coût du capital : La dette est moins chère que les fonds propres et son accès est souvent plus rapide que celui de l'équity. L'exception est le financement des revenus qui peut devenir coûteux si les revenus augmentent rapidement.» Dilution / propriété : Aucune dilution n'est requise pour la dette. Ceci peut être bénéfique pour les fondateurs et les prêteurs. Les prêteurs peuvent obtenir une part des revenus d'un bon business, sans avoir à se soucier d'une stratégie d'exit ou de la prochaine étape de levée de fonds.» Flexibilité : Dans le cas du financement par les recettes, le remboursement n'intervient que si l'entreprise réalise un bénéfice. Cette caractéristique peut aider les entreprises à survivre aux périodes de baisse de revenus.	<ul style="list-style-type: none">» Disponibilité : La dette est la source de financement la plus courante en Afrique, mais elle a souvent été hors de portée des startups. Cette situation est en train de changer grâce à l'introduction d'une série d'options innovantes telles que le financement des revenus, la dette à risque et les initiatives d'emprunt parrainées par le gouvernement.» Flexibilité : La dette ne s'accompagne pas d'un changement de la structure de propriété, mais elle s'accompagne de l'obligation de pouvoir effectuer des remboursements récurrents.» Garanties : La dette exige souvent que vous disposiez de revenus récurrents pour prouver votre capacité de remboursement, ou d'actifs sur lesquels le financement peut être garanti.	<ul style="list-style-type: none">» La dette est souvent une meilleure option que les actions pour financer des activités opérationnelles, comme une nouvelle campagne de marketing pour votre produit.» De nombreuses banques et agences gouvernementales offrent une gamme de programmes et d'initiatives de prêts, de crédit ou d'endettement aux petites et moyennes entreprises comme forme de financement plus accessible.» Les tendances émergentes comme le financement des revenus et la dette à risque (venture debt) sont un outil de plus en plus populaire pour les startups.
Subventions	<ul style="list-style-type: none">» Construire et tester un produit minimum viable (MVP) avant sa commercialisation.» Commercialisation du MVP.	<ul style="list-style-type: none">» Disponibilité : Un nombre croissant de programmes de subventions en Afrique ciblant les startups en phase de démarrage. Elles sont généralement distribuées par le biais de programmes d'accélération et de concours.» Coût du capital : Option la moins chère pour les fondateurs car ils n'ont pas à rembourser de prêt ou à céder des parts. Il n'est pas nécessaire de partager les bénéfices de l'entreprise en cas de génération de bénéfices.» Dilution/Propriété : Conserver la pleine propriété de l'entreprise.» Garanties : Aucune garantie n'est requise. Les actifs ne seront pas saisis et vous n'aurez pas à rembourser si l'entreprise fait faillite.	<ul style="list-style-type: none">» Accessibilité : Il est difficile de s'y retrouver dans le processus de demande de subvention.» Coût du capital : Coûts cachés liés à la complexité des critères d'admissibilité et des exigences en matière de reporting.» Flexibilité : Les critères d'admissibilité et les exigences en matière de dépenses peuvent orienter l'entreprise dans une direction inattendue ou non planifiée.	<ul style="list-style-type: none">» Les subventions sont un excellent moyen pour les startups en phase de développement de leur offre de produit initiale ou du test produit sur le marché.» Soyez prêt à consacrer du temps à l'établissement de rapports sur les subventions ou à investir dans des personnes capables de le faire.
Mezzanine	<ul style="list-style-type: none">» Construire et tester un produit minimum viable (MVP) avant sa commercialisation.» Commercialisation du MVP.	<ul style="list-style-type: none">» Coût du capital : Atténue le risque pour les investisseurs, ce qui signifie de meilleures conditions de financement que les actions. Est moins coûteux que les actions en termes de coût global du capital.» Flexibilité : Elle offre beaucoup plus de souplesse pour structurer le coupon, l'amortissement et les clauses restrictives afin de répondre aux besoins spécifiques de l'entreprise en matière de flux de trésorerie.» Dilution / propriété : Pour les fondateurs, ce véhicule de financement dilue moins la valeur de leur part dans l'entreprise. Pour les investisseurs, Il augmente la valeur des actions détenues par les actionnaires existants, même s'ils n'ont pas une participation aussi importante.	<ul style="list-style-type: none">» Accessibilité / coût du capital : Peut être excessivement complexe et coûteux à organiser, et comporte souvent un taux d'intérêt plus élevé qu'un prêt bancaire.» Dilution / propriété : Les entrepreneurs doivent tenir compte du fait que les prêteurs de fonds mezzanine auront un droit de vote au conseil d'administration de l'entreprise et des capacités importantes pour prendre des mesures décisives si l'entreprise ne répond pas à ses projections financières.» Flexibilité : Les entrepreneurs peuvent avoir besoin d'effectuer des paiements réguliers aux investisseurs, ce qui signifie que des fonds doivent être mis de côté. De plus, les entrepreneurs peuvent se retrouver forcés à avoir des restrictions en termes de stratégie de dépenses des fonds.	<ul style="list-style-type: none">» Si vous pouvez prévoir avec certitude que votre startup prendra rapidement de la valeur, vous pouvez envisager de restructurer les prêts mezzanine coûteux en un seul prêt senior à un taux d'intérêt inférieur, ce qui vous permettra d'économiser sur les frais d'intérêt à long terme.

Comment valoriser votre entreprise ?

La valorisation d'une startup représente la valeur de la startup sur le marché. Avant de lever des fonds, il est important de valoriser votre entreprise, cela vous aidera à décider de la part de l'entreprise à céder à un investisseur en échange d'un financement. Plus la valorisation de votre entreprise est élevée, moins vous devrez céder à un investisseur en termes d'actions et de capitaux propres et plus votre entreprise est susceptible de recevoir de l'argent.

Une valorisation élevée d'une startup est basée sur le fait que la startup est capable de démontrer ou de posséder les paramètres suivants :

Paramètre	Description
Modèle économique (Business Model)	Une compréhension claire du modèle économique doit inclure la principale source de revenus de l'entreprise et la manière dont vous prévoyez d'accroître votre part du marché.
Stratégie commerciale	La stratégie commerciale doit identifier comment l'entreprise prévoit d'atteindre ses objectifs et quelles actions vous allez entreprendre pour y parvenir.
Proposition de vente unique (Unique Selling Proposition USP)	L'USP est ce qui distingue votre startup de ses concurrents, et doit être soigneusement évaluée afin que les investisseurs et les clients comprennent pourquoi ils devraient choisir votre startup plutôt que les produits ou services d'un concurrent.
Analyse financière	L'analyse financière doit fournir un aperçu de la situation financière actuelle de votre startup et de ses perspectives d'avenir.
Le potentiel du marché	Le potentiel du marché peut être évalué en examinant des facteurs tels que la taille de la population, les conditions économiques, les besoins des clients et les tendances.
Le paysage concurrentiel	Le paysage concurrentiel peut être analysé en identifiant les entreprises qui dominent actuellement votre espace de marché particulier et comment votre startup prévoit de les concurrencer.



Consignes : La valorisation d'une startup change à chaque tour de table et à chaque fois que la startup atteint un jalon important. Assurez-vous d'avoir une valorisation réaliste avant de solliciter les investisseurs potentiels car si vous sur-évaluez votre entreprise, vous n'arriverez pas à lever des fonds, de même, si vous sous-évaluez votre startup, vous céderez trop de capitaux propres contre un financement faible.

La méthode de valorisation à utiliser dépend du stade et des réalisations de votre startup.

Pour choisir la méthode qui vous convient le mieux, vous devez tout d'abord déterminer à quel stade vous vous trouvez.



Voici une liste des principales méthodes de valorisation que vous pouvez utiliser :

1

Méthode VC (VCM) : Souvent utilisée par les startups en phase de pré-revenu. L'investisseur fixe une valeur de sortie anticipée sur la base de l'état actuel et des projections, puis fixe un ROI (retour sur investissement) ciblé ce qui permet d'obtenir une valorisation post-monétaire ou "post-money".

$$\text{Valorisation post-money} = \frac{\text{valeur de sortie}}{\text{ROI}}$$

La valorisation pré-monétaire peut alors être facilement calculée :

Valorisation pré-monétaire = valorisation post-monétaire - capital investi.

Exemple : Un investisseur évalue votre startup à une valeur finale de 1 million de dollars et veut avoir un retour de 20x sur son investissement de 10 000 dollars. Dans ce cas, votre valorisation après investissement (post-monétaire) serait :

$$\frac{1 \text{ million de dollars}}{20} = 50\,000 \$$$

Par conséquent, votre valorisation pré-monétaire serait la suivante :
50 000 \$ - 10 000 \$ = 40 000 \$.

2

Méthode Berkus (carte de pointage) : Cette méthode est utilisée pour évaluer les startups en pré-revenu car elle ne se base pas sur le revenu généré mais plutôt sur cinq facteurs liés à l'entreprise. Cette méthode a été explicitement créée afin de trouver un point de départ sans s'appuyer sur les prévisions financières du fondateur et indique une valeur allant de zéro à 500 000 \$ pour chaque facteur, ce qui donne une valeur potentielle totale de 2,5 millions de dollars.

Exemple : Les cinq facteurs cruciaux d'une startup selon la méthode Berkus sont les suivants :

- » **Une idée solide :** Votre entreprise a une idée commerciale passionnante et viable = Jusqu'à 500 000 \$.
- » **Une équipe de gestion de qualité :** Votre entreprise a réuni une excellente équipe de gestion = Jusqu'à 500 000 \$.
- » **Prototype :** Votre entreprise a un produit ou un prototype solide qui attire les clients = Jusqu'à 500 000 \$.
- » **Relations stratégiques :** Votre entreprise a de puissantes alliances stratégiques, des partenaires, et une base de clients en pleine croissance = Jusqu'à 500 000 \$.
- » **Lancement du produit ou ventes :** Votre entreprise présente des signes de croissance en termes de revenus et une voie vers la rentabilité = Jusqu'à 500 000 \$.

La somme de toutes les valeurs désignées pour chaque facteur donne la valorisation pre-money de l'entreprise.

3 Approche du coût de duplication (Cost to Duplicate Approach) : Cette méthode peut s'appliquer aux entreprises en phase de pré-revenu et de post-revenu mais implique un processus de due diligence assez conséquent. Son objectif est de déterminer combien il en coûterait pour dupliquer la même entreprise à partir de zéro, y compris les actifs tangibles et intangibles. Cette approche est réaliste puisqu'elle évalue les avantages concurrentiels d'une startup. Si le coût de duplication de la startup est très faible, alors sa valeur est faible. En revanche, s'il s'avère coûteux et complexe de reproduire le modèle économique de l'entreprise, la valeur de la startup augmentera à mesure que la difficulté s'accroît.

4 Méthode des comparables : Convient à toutes les startups, en particulier les startups en phase de pré-revenu, cette évaluation est obtenue en comparant la startup avec d'autres startups ayant un business modèle similaire, à un stade similaire, et opérant sur le même secteur d'activité.

Exemple : Une application similaire à celle que vous avez développée a récemment été évaluée par une société de capital-risque à 5 millions de dollars et l'application comptait 100 000 abonnés/utilisateurs actifs. Cela signifie que la société a été évaluée à 50 dollars par utilisateur. Un investisseur pourrait donc utiliser ce point de référence pour évaluer votre application de 3 000 utilisateurs à 150 000 dollars.

5 Méthode des flux de trésorerie actualisés (Discounted Cash Flow DCF) : Applicable aux startups disposant d'un flux de trésorerie historique, cette méthode repose sur l'estimation du flux de trésorerie futur et l'application d'une certaine remise pour obtenir une valeur actuelle. En utilisant la méthode DCF, l'évaluation de votre startup ne sera pas affectée par les tendances et la taille du marché car elle repose uniquement sur des données financières basées sur des hypothèses.

Exemple : La méthode DCF en action (vidéo).

6 La méthode de valorisation par les multiples (Valuation by multiples) : Applicable pour les startups en post-revenu et rentables, c'est l'une des méthodes les plus utilisées. Cette méthode de valorisation est à la fois puissante et simple pour les startups plus matures, elle prend en compte le secteur sur lequel vous opérez, votre concurrence, votre équipe managériale, et d'autres aspects qualitatifs.

Exemple : Votre startup génère un EBITDA de 250 000 \$. En fonction de votre secteur d'activité, de votre concurrence, de votre équipe managériale et d'autres aspects qualitatifs, un investisseur pourrait vous dire qu'il évalue votre entreprise à 5, 10 ou 15 fois votre EBITDA actuel.



Consignes : L'évaluation de la startup dépend également de la géographie. Les startups de la Silicon Valley par exemple, sont mieux valorisées que les startups du reste du monde. Les raisons incluent l'exigence de coûts plus élevés pour embaucher du personnel et développer un produit. Ainsi, lorsque vous valorisez votre startup, assurez-vous de tenir compte de la géographie et considérez que la valeur de votre startup peut être inférieure ou supérieure à celle d'une startup offrant un produit ou un service similaire et opérant sur un marché différent.



Boussole : Comment valoriser votre entreprise ?

» Valorisation d'une startup : La méthode VC.



Zoom : La bonne affaire ! L'expérience de SweepSouth en Afrique du Sud.

SweepSouth est une société de services de nettoyage opérant en Afrique du Sud, en Égypte, au Kenya et au Nigeria qui met en relation des clients avec des nettoyeurs domestiques à la demande via une plateforme de réservation en ligne. Établie en 2014, SweepSouth a levé plus de 6 millions \$ de financement annoncés depuis 2015 à travers sept tours de table. Leur premier tour de table a été mené par Newtown Partners, un fonds d'amorçage local créé par Vinny Lingham et Llew Claasen, et comprenait Pule Taukobong de African Angels Network (AAN) et le fonds de développement de l'identité (IDF) de Polo Leteka Radebe.

En revenant sur leur parcours de levée de fonds, les fondateurs Aisha R. Pandor et Alen Ribic ont fait remarquer que les valorisations n'ont pas autant d'importance qu'on le pense au stade du pré-amorçage. Il est plus important de lever des fonds pour commencer à construire un produit viable et adapté au marché et de trouver des investisseurs qui sont prêts à participer à votre développement. Les fondateurs ont ajouté qu'aux premiers stades, le plus important est plutôt de travailler avec des investisseurs qui sont eux-mêmes des entrepreneurs. Ils recommandent également aux fondateurs de ne pas lever trop de fonds trop tôt vu qu'il est primordial que les fondateurs conservent leur propriété autant que possible.

Définir le montant à lever (Ask)

Vous avez examiné vos différentes options de financement, vous avez réalisé une valorisation de votre entreprise et vous êtes maintenant prêt à entrer en contact avec des investisseurs potentiels. Combien devriez-vous demander en financement ?

Cette question surprend souvent les fondateurs qui s'attendent à ce que les investisseurs dictent les conditions du financement qu'ils offrent. En réalité, les investisseurs s'attendent plutôt à ce que vous définissiez le montant dont vous avez besoin et que vous le communiquiez clairement dès le départ. Le point de départ pour définir le montant est votre stade de levée de fonds. Les investisseurs offrent généralement des fonds à différents stades associés à la croissance et à la maturité d'une entreprise. Ces stades sont associés à différents jalons et votre "ask" doit correspondre au montant du financement dont vous avez besoin pour franchir ces différents jalons. L'objectif de la levée de fonds peut être le développement du produit, la constitution de l'équipe, l'expansion sur de nouveaux marchés et/ou le renforcement des ventes et du volet marketing. Ces jalons sont associés à certains facteurs liés au revenu et à la rentabilité. Les investisseurs examinent également si vous avez entamé la préparation du prochain tour de table.

Trouver et rencontrer le bon investisseur



Consignes : Attendez-vous à définir clairement votre demande en termes de financement et assurez-vous que vous avez soigneusement calculé le financement qui vous est nécessaire pour couvrir les coûts de la croissance ou de la mise à l'échelle des opérations à un niveau prévu sur une période donnée.



Boussole : Définir le montant à lever (Ask).

- » Calculer le montant que votre startup doit lever.
- » Comment déterminer le montant à lever lors de votre tour de table.

Trouver le bon investisseur

Le processus de la levée de fonds est souvent complexe. L'une des parties les plus difficiles est d'approcher les investisseurs et de leur présenter votre "ask". Afin d'augmenter vos chances de succès et d'optimiser votre recherche, il est important de trouver les investisseurs qui expriment un intérêt à votre activité et qui investissent à votre stade. **Le catalogue des investisseurs** fournit des informations utiles sur les investisseurs les plus actifs sur votre marché, y compris les stades dans lesquels ils investissent, les secteurs qui les intéressent, ainsi que leurs coordonnées et les liens vers leurs réseaux sociaux. Ces informations vous aideront à affiner votre recherche afin d'identifier l'investisseur qui correspond le mieux à votre besoin.



Consignes : La plupart de ces informations peuvent être trouvées en ligne, mais il est également utile d'entrer en contact avec quelques startups du portfolio des investisseurs qui opèrent dans le même secteur d'activité afin d'obtenir des informations plus précises sur la thèse d'investissement. De plus, il est recommandé de suivre les investisseurs sur les réseaux sociaux ce qui vous donnera une idée plus claire sur leurs attentes.



Zoom : Investir dans des fondatrices et des produits féminins, l'expérience du groupe Africa Trust en Afrique du Sud.

Les investisseurs ont de plus en plus une thèse d'investissement qui définit leurs investissements. Par exemple, des grands noms comme SoftBanks, Tiger Global et Andreessen Horowitz sont tous convaincus que les logiciels et les technologies vont continuer à bouleverser tous les domaines, du commerce à la gouvernance. Ils investissent dans des entreprises à fort potentiel. En Afrique du Sud, nous constatons également que de nombreux investisseurs basent leurs investissements sur des croyances. Par exemple, l'Africa Trust Group est un groupe d'investisseurs qui s'efforce de combler le déficit de financement des femmes fondatrices et qui cible les startups en phase de démarrage. Il gère deux fonds axés sur les femmes entrepreneures: Le fonds Enygma Ventures se focalise sur l'investissement dans des entreprises en phase de démarrage portées majoritairement par des femmes basées en Afrique du Sud, le second, Empress Fund, est un fonds de consortium d'investisseurs providentiels (Business Angels) qui se focalise sur les solutions de financement de l'innovation pour les entreprises appartenant à des femmes, ou leur permettant de se développer en Afrique du Sud dans les secteurs de l'agriculture, de l'énergie et du climat. Les startups répondant aux différents critères de la thèse d'investissement auront beaucoup plus de chances d'entrer en contact avec eux que celles qui ne le font pas.



Boussole : Définir le montant à lever.

- » Catalogue des investisseurs.

Entrer en contact avec le bon investisseur

Il n'est pas toujours facile d'entrer en contact avec le bon investisseur. Malgré l'augmentation de la concurrence, plus de moyens sont disponibles pour les identifier. Les options comprennent les réunions virtuelles ou en présentiel, les programmes d'accélération, les médias sociaux, les événements de mise en réseau et les concours. Quand vous entamez la phase de recherche des investisseurs potentiels pensez aux :

- » **Hubs et espaces de coworking.** Les hubs et les espaces de coworking accueillent souvent des concours de startups et des événements de mise en réseau dont beaucoup sont annoncés à travers des communiqués de presse ou via les réseaux sociaux de l'organisateur. Les concours vous offrent un espace pour présenter votre startup. Les événements de mise en réseau, quant à eux, vous donnent l'occasion d'établir des relations avec des investisseurs et des partenaires potentiels.
- » **Programmes d'accélération.** Les programmes d'accélération visent à vous rendre "investor-ready". Ils vous permettent notamment d'accéder à un réseau d'investisseurs ou de bailleurs de fonds. Dans certains cas, ces investisseurs ou bailleurs de fonds peuvent être des sponsors du programme.
- » **Réseaux sociaux.** De nombreux investisseurs, structures d'accompagnement et startups sont actifs sur les réseaux sociaux. Les investisseurs ont souvent recours à ces canaux pour promouvoir un appel à candidatures ou encore pour lancer un nouveau fonds. Les structures d'accompagnement communiquent sur leurs événements ainsi que sur d'autres opportunités de financement dans l'écosystème. Les startups peuvent également s'en servir pour atteindre directement les investisseurs au moment de la levée de fonds.
- » **Connexions avec d'autres startups.** Une culture d'entraide règne dans la plupart des écosystèmes de startup en Afrique. Les startups connectent souvent d'autres startups à la recherche de fonds avec des structures d'investissement afin de les aider à accéder au financement. L'établissement de relations avec d'autres startups peut être un excellent moyen de tirer parti de leurs réseaux et d'entrer en contact avec les bons investisseurs.



Consignes : Les investisseurs n'acceptent pas toujours les candidatures spontanées. Il est fortement recommandé d'établir des relations et des connexions bien avant.



Zoom : Recourir aux accélérateurs pour devenir "investor-ready", l'expérience de Wattnow en Tunisie.

Wattnow souligne l'importance d'élargir son réseau et de participer à des programmes de soutien aux entrepreneurs, non seulement pour optimiser son modèle économique, mais aussi pour gagner en visibilité, notamment auprès des investisseurs. Participer à des événements clés où une startup peut entrer en contact avec des investisseurs potentiels est un moyen très efficace pour établir des relations. Le fondateur de Wattnow, Issam Smaali, indique que sa participation au programme du Founder Institute Tunisia lui a permis d'entrer en contact avec son premier business angel et d'assurer sa participation à la première cohorte de Flat6Labs Tunis, où il a reçu son premier financement et a pu entrer en contact avec d'autres VCs et Business Angels par la suite.

Participer à des programmes de préparation à l'investissement "investment-readiness" est également crucial. Wattnow a rejoint plusieurs programmes dont Endeavor Catalyst, Plug and Play au Maroc, et Katapult Africa Accelerator.

Qu'est-ce que vous devez inclure dans votre pitch ?

Vous avez choisi votre option de financement, valorisé votre entreprise, défini votre le montant à lever, trouvé les bons investisseurs potentiels, et vous avez décroché une opportunité de pitch.

Les séances de pitch sont le moyen classique qui permet de donner aux investisseurs un aperçu clair sur les différents aspects de votre business. La première impression est importante. Votre pitch doit être visuel, factuel, ciblé et pertinent. Utilisez votre pitch en tant que moyen pour raconter l'histoire derrière le lancement de votre entreprise, ceci permettra de susciter encore plus l'enthousiasme des investisseurs.

La clarté est clé. Bien que chaque pitch deck soit différent, les investisseurs s'attendent souvent à voir certaines diapositives au niveau du pitch deck. Les voici :

- | | |
|--|--|
| » Le problème que vous essayez de résoudre | » L'équipe |
| » La solution que vous proposez | » Les finances |
| » Le marché cible | » L'impact envisagé |
| » Les concurrents | » Les risques |
| » La traction | » Les fonds nécessaires et leur distribution |
| » La stratégie de croissance | |

Afin de vous assister dans la préparation de votre pitch, nous avons rassemblé ces éléments dans le tableau suivant :

Éléments	Ce qu'il faut inclure	Conseils pour votre pitch
Le problème	<ul style="list-style-type: none">» Quel est le problème auquel vous répondez ?» Pourquoi le marché a besoin d'avoir une solution comme la vôtre ?	<ul style="list-style-type: none">» Listez les problématiques auxquelles les clients potentiels font face. Une compréhension approfondie des problèmes à résoudre peut vous positionner en tant qu'expert.
La solution	<ul style="list-style-type: none">» Comment votre entreprise résout-elle le problème que vous avez identifié ?» Inventez-vous quelque chose d'entièrement nouveau ?	<ul style="list-style-type: none">» Mettez en avant les principales fonctionnalités de votre solution le plus brièvement possible.» N'hésitez pas à mettre l'accent sur les spécificités qui rendront votre produit plus accessible, plus efficace, ou plus attrayant pour les clients.
Le marché cible	<ul style="list-style-type: none">» Qui essayez-vous d'atteindre avec votre solution ?» L'entreprise vise-t-elle les marchés locaux, régionaux ou internationaux ?» Construisez-vous un produit qui peut être mis à l'échelle mondiale ?	<ul style="list-style-type: none">» Le dimensionnement du marché permet de déterminer la part de marché potentielle que votre produit pourrait atteindre sur l'ensemble du marché disponible. Avant de pitcher votre entreprise aux investisseurs, vous devez maîtriser trois paramètres essentiels liés au marché, les voici : TAM (total addressable market), SAM (serviceable available market) et SOM (serviceable obtainable market). Dans la mesure du possible, utilisez des données et des statistiques pour démontrer le marché potentiel, et essayez de calculer la valeur du marché total disponible s'il est atteint.
La concurrence	<ul style="list-style-type: none">» Avec qui êtes-vous en compétition pour atteindre votre marché cible avec ce produit ?» Quelle est votre proposition de vente unique et votre avantage compétitif ?	<ul style="list-style-type: none">» Renseignez-vous sur la concurrence. Mettez l'accent sur votre avantage compétitif et sur votre produit par ce qui démarque rapport à ceux des concurrents.
Votre croissance actuelle et la traction du marché	<ul style="list-style-type: none">» Avant de lever des fonds, l'entreprise a-t-elle réussi à avoir une traction et à intéresser des clients ?» Si vous avez introduit un produit sur le marché, quel est le taux d'adoption actuel ? Quel est le taux de désabonnement ?» Disposez-vous de canaux existants (par exemple, les réseaux sociaux) où vous pouvez vous appuyer sur un public pour commercialiser votre produit ?	<ul style="list-style-type: none">» Démontrez que vous avez une trajectoire de croissance crédible et communiquez clairement les leviers de croissance de votre entreprise et surtout, comment vous pouvez les faire évoluer de manière rentable. Une trajectoire de croissance linéaire n'est pas attrayante pour les investisseurs car ils sont généralement à la recherche de startups qui s'approchent d'un point d'inflexion afin que leur investissement serve de moteur de croissance.» Montrez à quel point votre produit fonctionne bien et donnez aux investisseurs une idée de l'intérêt que le produit pourrait susciter avec un soutien supplémentaire.
Votre stratégie de croissance	<ul style="list-style-type: none">» Comment envisagez-vous d'atteindre de nouveaux clients avec votre produit ?» Quel est le modèle de tarification ?» Comment prévoyez-vous de commercialiser votre produit et de susciter l'intérêt des clients ?	<ul style="list-style-type: none">» Donnez un aperçu sur la stratégie que vous envisagez de suivre pour développer vos processus de ventes et vos partenariats afin d'arriver à votre nouvel objectif en termes de chiffre d'affaires. Assurez-vous d'ajouter des chiffres sur le marché potentiel que vous pouvez atteindre à travers vos partenaires et sur la base des différents scénarios de tarification proposés.
Équipe	<ul style="list-style-type: none">» Combien de personnes font partie de votre équipe ?» Qui élabore les concepts de votre produit ? Qui le vend ? Quel est le background de l'équipe ?» Qui fait partie de la direction ?	<ul style="list-style-type: none">» N'oubliez pas de "vendre" votre équipe. Vendre son équipe fait partie de la vente de l'opportunité.» Présentez l'équipe derrière le produit, leur niveau de compétence, et leur expérience, et expliquez comment ils ont les capacités nécessaires pour concrétiser l'ambition et emmener l'entreprise au niveau supérieur. Leurs compétences et leur engagement vont montrer que l'entreprise est entre de bonnes mains, ce qui rassurera les investisseurs potentiels.

Éléments	Ce qu'il faut inclure	Conseils pour votre pitch
Finances	<ul style="list-style-type: none">» Comment pouvez-vous démontrer la croissance et les revenus potentiels de l'entreprise ?» Si les coûts sont élevés, comment peut-on les réduire ?	<ul style="list-style-type: none">» Pensez à votre modèle financier en tant que preuve pour démontrer que votre business est ou à le potentiel d'être rentable.» Calculez vos prévisions liées aux coûts, aux acquisitions, aux ventes, aux revenus et aux marges de bénéfice, et assurez-vous de bien définir vos taux de croissance. Le modèle financier typique considère 3 déclarations : (La déclaration des profits et des pertes, le bilan, et tableau des flux de trésorerie (cash flow)) en capturant les chiffres les plus importants liés à votre business afin de permettre aux investisseurs de les réviser et de les comparer par rapport aux concurrents. Le modèle est également utile afin de mieux expliquer l'allocation des fonds et démontrer le lien avec votre croissance financière.» La documentation financière fait souvent partie intégrante du processus de diligence raisonnable des investisseurs, il serait donc pertinent de montrer que vous vous êtes préparé en fournissant tous les documents nécessaires. Parmi les documents à inclure nous citons, la déclaration sur le bénéfice, les revenus, les statistiques liées aux ventes, et les informations liées aux tours de table précédents. Ces documents ne sont pas à inclure au niveau du pitch deck mais seront demandés lors des étapes qui suivent.» Si vous venez de démarrer la commercialisation de votre produit ou votre service, il est recommandé de présenter quelques projections financières basées sur la taille de votre marché et le calcul des coûts et des gains potentiels.
Impact	<ul style="list-style-type: none">» Votre solution offre-t-elle plus que des rendements financiers pour les investisseurs ?» Pouvez-vous aligner votre solution sur les tendances ESG ou ODD actuelles ?	<ul style="list-style-type: none">» Présentez l'impact potentiel que votre solution pourrait avoir sur le développement social, économique et environnemental, tout en générant des gains financiers. Actuellement, les investisseurs accordent de plus en plus d'attention au volet impact des solutions qu'ils soutiennent et intègrent des considérations d'impact dans leur mandat. Parfois, l'aspect l'impact peut l'emporter sur le rendement financier de la startup.
Risques	<ul style="list-style-type: none">» Qu'est-ce qui peut compromettre le potentiel de votre solution ?» Le marché sur lequel vous opérez ou que vous ciblez présente-t-il des risques ?	<ul style="list-style-type: none">» Soyez direct et honnête en présentant les risques lors de votre pitch. Certains secteurs et industries sont considérés comme "à risque". Ceci est dû à différents facteurs dont la volatilité du marché, la variabilité des prix et les chocs externes. Le contexte local, notamment en termes de stabilité politique et des réglementations autour du secteur, peuvent augmenter le risque d'investissement dans une entreprise.
Fonds nécessaires et leur utilisation	<ul style="list-style-type: none">» Où est-ce que vous envisagez d'allouer les fonds ?» Combien de temps les ressources nouvellement investies doivent-elles durer ? Quel est le calendrier de votre plan d'investissement interne ? En combien de temps devez-vous commencer à générer des bénéfices avant d'épuiser vos fonds ?» Quand pensez-vous que l'investissement produira des résultats et se transformera en profit ?	<ul style="list-style-type: none">» Présentez plusieurs scénarios et alternatives d'allocation de fonds afin de démontrer le scénario le plus solide pour l'investissement. Ce dernier peut être basé sur les charges mensuelles liées à la croissance de votre entreprise.» Proposer un calendrier permettant d'avoir une idée sur le temps nécessaire pour que l'investissement soit rentable.» Si vous avez besoin de fonds complémentaires "follow-on funding" pour poursuivre votre développement, n'hésitez pas à le communiquer à vos investisseurs.



5 conseils pour réussir votre pitch

Les investisseurs accordent une attention particulière à la qualité du pitch et du pitch deck et s'attendent généralement à voir un "business plan" bien ficelé, une dataroom complète et bien organisée, ainsi que des systèmes et des processus mis en place et prêts à être financés. Les fondateurs capables de démontrer ces attributs se distinguent et ont plus de chances de lever des fonds.

1

Démarquez-vous par la qualité de vos hypothèses et projections financières.

Les fondateurs en phase de démarrage doivent consacrer autant de temps aux projections financières qu'à l'histoire derrière la naissance de leur entreprise et laisser aux investisseurs potentiels le temps de vérifier rigoureusement les hypothèses lors du pitch et des discussions. Les investisseurs qui investissent dans des stades plus avancés tels que les sociétés de capital-risque, s'attendent souvent à trouver un certain taux d'adoption du produit par le marché.

2

L'histoire est importante. Les investisseurs recherchent des fondateurs qui ont un lien avec le problème qu'ils essaient d'attaquer et qui sont obsédés par le fait de s'assurer que leur solution est capable de le résoudre. Il est essentiel de démontrer que vous avez une compréhension claire du marché sur lequel vous opérez et des clients que vous essayez d'atteindre. Cela est particulièrement important dans les phases de pré-amorçage. Le développement d'une entreprise est complexe et les investisseurs veulent voir que vous êtes passionné par ce que vous êtes en train de construire.

3

Soyez clair en présentant la stratégie de croissance que vous allez suivre pour faire évoluer l'entreprise. Afin de surmonter les contrôles des changes dans de nombreux pays d'Afrique et de dissiper les inquiétudes des investisseurs potentiels, de nombreuses startups africaines cherchent à s'exporter à l'étranger à un stade de croissance particulier. Il est donc essentiel d'être clair sur ce plan et sur la manière dont vous envisagez de délocaliser votre propriété intellectuelle et vos opérations commerciales quand ce moment arrivera.

4

Soyez professionnel. Cela va au-delà de la qualité du pitch deck, il s'agit de la manière avec laquelle vous vous adressez et vous communiquez avec les investisseurs. La première impression est importante dans le processus de levée de fonds, il est donc important que les startups se renseignent sur les investisseurs en amont du pitch. De plus, avoir les éléments de base tels que le business plan, la documentation juridique, etc, contribuent davantage à inspirer confiance aux investisseurs.

5

Soyez conscient de vos limites. Il est important que les fondateurs soient conscients de leurs propres limites et contraintes et qu'ils constituent autour d'eux une équipe possédant l'expertise et l'expérience appropriées. Aucun fondateur n'est capable d'avoir toutes les compétences requises pour gérer une startup. Dans la plupart des cas, les fondateurs se répartissent en deux catégories. Un spécialiste de la levée de fonds, capable de parler avec éloquence et de rappeler les chiffres de manière convaincante. Les fondateurs de cette catégorie sont souvent très réactifs et savent très bien communiquer avec les investisseurs. Il s'agit des "visionnaires". Leurs homologues "les opérateurs" quant à eux, malgré qu'il ne soient pas toujours les meilleurs leveurs de fonds, connaissent souvent tous les détails de leur entreprise sur le bout des doigts et sont obsédés par l'expérience client. L'important est que vous sachiez où résident vos points forts et que vous soyez sûr d'avoir le bon co-fondateur capable de compléter vos points forts. De plus, il est fortement recommandé d'avoir dans son équipe ou même en tant que conseiller, un profil ayant une expérience préalable en matière de gestion d'entreprise ou de mise à l'échelle d'opérations commerciales. C'est particulièrement important lorsque les investisseurs recherchent au niveau de l'équipe derrière l'entreprise des profils seniors qui connaissent le secteur pour s'assurer que les équipes sont en mesure de mettre en œuvre leurs plans.



Consignes : Envoyer un mail de suivi aux investisseurs tout en ajoutant le pitch deck présenté en pièce jointe est fortement recommandé. Il est également utile d'avoir une version abrégée de votre pitch deck car vous pouvez en avoir besoin quand vous rencontrez des clients ou des partenaires potentiels.



Boussole : Réussir son pitch.

» **Les pitch decks les plus réussies que vous devez connaître.**

Arriver à un "oui"

L'étape entre le pitch et le closing peut être frustrante. Le plus souvent, les investisseurs ne vous donneront pas de raisons détaillées de leur refus et, dans de nombreux cas, vous n'aurez même pas de réponse. Si vos efforts de levée de fonds n'aboutissent pas, en parlez à vos collègues, à d'autres startups et aux investisseurs pour comprendre ce qui pourrait manquer dans votre présentation, ou ce que vous pourriez faire pour améliorer votre pitch. Si rien d'autre n'est fait, les retours sur votre business plan peuvent vous apporter de nouvelles idées pour construire un business plan plus solide. Le processus de levée de fonds peut prendre du temps et être fastidieux, il est donc important d'être patient. Il peut falloir à un fondateur des dizaines, voire des centaines de conversations avant de réussir à attirer un investissement.



Consignes : Bien qu'il faille être patient, il faut éviter de consacrer trop de temps à la levée de fonds au détriment de l'entreprise. Structurer l'équipe de manière à pouvoir s'adapter à l'absence du fondateur dans les opérations quotidiennes peut être crucial pour assurer la pérennité de l'entreprise.



Boussole : Arriver à un "oui".

» **Étapes cruciales après avoir réussi votre pitch.**

