



Grandeur et décadence des foires aux startups – 2

Après avoir couvert les deux grands événements américains que sont TechCrunch 50 et Demo, faisons un petit tour en France.

Les événements n’y manquent pas pour permettre aux startups de présenter leurs projets à des investisseurs potentiels. Il y a un peu de tout, de quelques grandes messes à des réunions en petit comité pour business angels. Et dans le pays du million d’associations 1901, les initiatives ne manquent pas. Il y a presque trop d’initiatives, trop fragmentées, d’où un phénomène de déperdition et un impact moins fort, au moins médiatiquement, que les événements équivalents aux USA.

Les principales “foires aux startups”

J’en loupe probablement quelques uns, mais en voici une petite liste :



La conférence **LeWeb** organisée par Loic et Géraldine Lemeur arrive ici en premier. C’est la première conférence Internet en France, si ce n’est en Europe, avec près de 2000 participants en 2007. Une trentaine de startups y présentent leurs projets à des investisseurs de tous bords et de tous pays, surtout européens. J’avais fait un tour des projets présentés en **2006** et **2007**. LeWeb est une conférence imposante par la masse des participants, par la qualité des intervenants des conférences, surtout américains, et par son impact médiatique des deux côtés de l’Atlantique. Il est dommage que les présentations de startups ne soient pas le plat de résistance de l’événement. Elles ont lieu dans une salle à part, pas dans la salle des plénières. Et en parallèle avec ces dernières ! Résultat, un petit bout de l’audience y participe.

En 2006, les conditions techniques des présentations étaient assez médiocres : réseau chaotique, son moyen, salle biscornue et capacité limitée. En 2007, les conditions se sont bien améliorées avec une salle plus grande. Il en coûte 1500€ pour les startups qui présentent, ce qui pourra en choquer certaines, mais permet un minimum de filtrage. En fait, ces frais couvrent l’entrée à la conférence pour deux personnes. Ce qui fait donc une réduction de 1000€ sur le “prix public”. Événement international oblige, les présentations sont faites en anglais.

La présentation des startups est gérée par l’équipe de **SeedCamp** qui a une bonne expérience dans ce domaine. Après la processus de sélection par le jury, un podium rassemble trois élus. En 2007, la startup française **Goojet** avait tenu la première place. Un petit tour vers le **jury** s’impose. On y trouve surtout des VCs, puis quelques entreprises du secteur (eBay, Microsoft), startups et journalistes. Ils jouent un rôle de coach pour les six

premières startups sélectionnées. La tentation est grande notamment pour les VCs de pousser leurs poulains. Avec comme conséquence de trouver dans les startups présentes un nombre significatif qui ont déjà levé des fonds. Sinon, l'agenda **annoncé** de la prochaine édition reste alléchant même si on y trouve beaucoup de têtes connues et qui pourraient user à la longue : Robert Scoble, Mike Arrington, Jason Calacanis, Yossi Vardi ou Marc Simoncini.



Capital Week est une conférence de plusieurs jours rassemblant investisseurs et entrepreneurs chaque mois d'avril. Comme LeWeb, l'événement combine conférences plénières et présentations de startups. A ceci près qu'il n'y a pas de plénières pendant les présentations de startups, mais que celles-ci sont éclatées en deux salles en parallèle avec une session pour les business angels et une session pour les VCs ("early stage" et "development"). Une segmentation pas forcément heureuse, plus de 100 personnes pour les BAs pour une trentaine avec les VCs. Autant n'avoir qu'une seule session et en plénière.

Les présentations des startups font 5 mn suivies de 5 mn de question réponses de la salle et coordonnées avec un animateur de Martech&Finance (voir un survol des startups IT commentées pour l'édition 2008). L'organisateur de la conférence, Emmanuel Libaudière de Martech & Finance assure avec son équipe un coaching des intervenants en amont des présentations.

Le processus de sélection des startups en plusieurs étapes démarre en janvier et donne lieu en mars à des présentations orales des projets devant le jury. Les frais de participation étaient de 600€ HT en 2008. Au total, une trentaine de startups présentées sous le label "Best Innov" et quatre gagnantes (2 meilleures innovations, 2 meilleurs potentiels de croissance). Les startups bénéficient d'un coin rendez-vous et d'une logistique de prise de rendez-vous avec les investisseurs. En avril 2008, nombre de startups se plaignaient du manque de fiabilité des investisseurs inscrits aux rendez-vous... non honorés !

Les conférences de l'événement sont sinon très intéressantes pour les startups, couvrant notamment les "how to" du financement et autres aspects pratiques de la création d'entreprises.



Tremplin Entreprises Sénat. Comme pour Capital IT, processus de sélection avec sélection des "demi-finalistes" (en avril) puis présentation de projets sélectionnés dans deux salles en parallèle (décidément!) pendant à peu près la moitié de l'événement qui dure deux jours début juillet. Quatre catégories de projets: logiciels, matériaux composants et systèmes, science de la vie, et Internet et services. Avec sept sélectionnés et un élu par catégorie. Chacun des quatre prix est doté d'une récompense de 15000€. Comme partout, le jury comprend une dominante d'investisseurs institutionnels plus quelques partenaires. L'ambiance est feutrée, Sénat oblige. Tremplin Sénat fêtait sa dixième édition en juillet dernier. Reste à savoir si le prochain président du Sénat, Gérard Larcher, poursuivra cette initiative soutenue par son prédécesseur Christian Poncelet ?

Et ensuite, en vrac, nous avons une flopée d'événements de moindre importance:

- Les **SeedCamps**, une initiative européenne de présentation de projets en phase d'amorçage/early stage dont la première édition parisienne a eu lieu en juin 2008 (chez **Microsoft**) avec une vingtaine de projets (bien commentés ici). Les startups bénéficiaient d'un coaching de la part des membres du jury, dont Mike

Butcher de TechCrunch UK. Au SeedCamp UK, le principe est de sélectionner trois startups en early stage qui pourront bénéficier d'un investissement de 50K€ pour une dilution de 10% de leur capital (une valorisation un peu arbitraire mais une dilution raisonnable).

- Le **TechTour** est une “foire aux startups” Européenne qui passe de temps en temps en France, la dernière édition datant de **novembre 2005**. Avec une trentaine de startups passées au grill, triées sur les 150 candidats initiaux. Quand on regarde la liste 2005, on y trouve quelques unes qui ont fait leur trou depuis : Bizanga (maintenant établi dans la Silicon Valley), Boonty, DXO, Expway, Idealex, Netsize, Pertinence (acquis par Intercim en 2007), Sparus, Streamezzo, Total Immersion, Trace One et Varioptic.
- Les prix divers comme le prix “leader de la ITech-Economie” de l'**IE Club**. Il doit y en avoir des paquets dans cette veine.
- Le **Grand Prix de Paris Innovation** avec 8000€ à la clé et une place dans l'un des incubateurs de la Ville de Paris, et un élu pour six finalistes. Une opération pas très visible pour l'instant, peut-être parce que trop institutionnelle. Et on doit en trouver du même genre dans le reste de la France.
- La conférence **Red Herring ETRE** qui a lieu en Europe en général et est passée dans un format réduit à **Lyon** en 2008. Elle est organisée par Red Herring Events, une des activités de Red Herring sous la coupe d'Alex Serge Vieux qui était à la tête de Dasar à la fin des années 90. Il gérait notamment le Comdex à Paris, devenu ensuite le “FIHT”, avant de mourir de sa belle mort au début des années 2000. J'ai eu vent des méthodes douteuses employées par l'organisation : d'un côté, des “invités” par des canaux divers qui reçoivent des **factures de \$3000** sans avoir rien demandé. Et de l'autre, des startups qui présentent leur projet, au même tarif, et qui se voient malmenées inconvenablement par les animateurs – et non pas de manière bienveillante – pendant leur présentation. Je n'y étais pas mais deux témoins dégoutés m'ont raconté la scène !
- Les présentations devant des clubs de **business angels**. Ce sont des pitches de 5 minutes + 5 minutes de questions devant les membres d'associations de business angels avec environ 20 personnes présentes (à Paris). Les participants sont membres d'un club, donc les présentations ne sont pas ouvertes à un public large, ni ne donnent lieu à une couverture médiatique.

J'en oublie sûrement. A vous de m'aider à compléter !

Les points à améliorer

Ces différents événements ont en commun quelques aspects qui méritent des améliorations notables, surtout au regard de ce qui se pratique aux USA :

- Sortir du **Web 1.0** ! Tous ces événements ont des sites web poussiéreux représentant l'état de l'art de 1997. Et en particulier, ils présentent très peu d'informations après l'événement : pas de liste descriptive des startups présentes, et surtout, pas de vidéos des présentations des startups. Résultat : elles tombent dans l'oubli et l'impact médiatique et au niveau des moteurs de recherche est faible. Les événements américains comme TechCrunch ou Demo vivent longtemps après la réunion physique, grâce à ces vidéos – sans compter le live qui y est maintenant généralisé. Comme les présentations de startups dans les grands événements n'ont pas lieu en plénière, ils passent trop souvent à la trappe de la vidéo ! Peut-être une question de moyens, mais aussi de motivation. Pourtant, les sponsors intéressés par l'enregistrement des sessions ne manquent pas (Vpod, Tivipro, etc). Et je ne parle pas de techniques modernes (et encore

couteuses) comme les systèmes de vote interactif sur les présentations...

- La visibilité donnée aux **jeunes entrepreneurs**. C'est un manque, comme aux USA. Un meilleur sourcing des projets dans les incubateurs des grandes écoles pourrait améliorer la situation. Les organisateurs pourraient commencer par ouvrir leurs événements aux élèves de l'enseignement supérieur avec par exemple un quota de places gratuites. Histoire de donner envie d'entreprendre !
- La **focalisation** ! Les présentations des startups sont trop souvent la cerise sur le gâteau d'une conférence thématique comme au Web3. La France a besoin d'un grand événement type Demo pour rendre ses meilleures startups très visibles. Et pour une masse critique de startups. Nous avons suffisamment d'entrepreneurs pour en trouver au moins une soixantaine comme aux US.
- La qualité de **l'organisation**. La logistique à la française déçoit toujours un peu : un jour, c'est l'accès à Internet qui ne fonctionne pas bien pour les startups, un autre, c'est la scène qui n'est pas adaptée ou le son qui défaille. Et les salles ne sont pas forcément confortables pour écouter longuement des présentations à la chaîne. Il y a aussi les transitions entre présentations, pas toujours bien animées, ce qui augmente le coefficient d'endormissement de l'audience. La formule de Capital IT semble la meilleure, avec une bonne interaction avec un animateur et avec la salle.
- La qualité des **intervenants**. Ne nous cachons pas : la communication est le talon d'Achille de la plupart de nos entrepreneurs. Le cas classique : des présentations trop conceptuelles où l'on ne comprend pas ce que fait le produit. A force de vouloir faire du marketing à commencer par mettre en avant les bénéficiaires, les présentateurs en oublient la réponse à deux questions bêtes : "ça fait quoi et pour qui" ? Et je passe sur ceux qui lisent leurs notes ou n'ont pas prévu que la liaison Internet pourrait être défailante. Là encore, un bon point pour les organisateurs qui coachent les startups pour leur communication pendant le processus de sélection (Capital IT, SeedCamp, LeWeb).
- La qualité, la quantité et le comportement de **l'audience** qui dira-t-on sont corrélés à celle des présentations. Une audience peu nombreuse et peu attentive (Capital IT). Les "vrais" investisseurs ne sont pas forcément là car ils pensent déjà tout connaître du marché. La méthode de TechCrunch a peut-être du bon : les projets présentés sont inédits (pas de couverture presse ou blog), poussant les VCs à venir. Sinon, les VCs sont "normalement" au courant de l'existence des startups et les ont souvent déjà rencontrés si ils font bien leur travail de veille. Conséquence : on vient à ces conférences avant tout pour "réseauter", et beaucoup moins pour s'instruire et découvrir des projets. Il faudrait pouvoir faire les trois et bien. Parfois, il suffit du symbole de quelques personnes de haut niveau dans l'audience pour drainer le reste et donner un côté un peu solennel aux présentations. Un peu comme dans les grandes entreprises où la présence est plus assidue aux réunions lorsque les grands chefs y assistent ou y interviennent !
- Le rôle des **médias** qui ne débordent pas d'enthousiasme pour couvrir les événements. On a bien le plus souvent Les Echos, La Tribune et quelques webzines (NetEco, etc). Mais cela ne sort pas d'un petit cercle de médias que l'on pourrait qualifier d'élitistes.

Bon, ce n'est pas forcément la décadence du titre accrocheur de cette série d'articles, mais il y a fort à faire pour élever le niveau !

On notera une grosse différence avec les USA : les sponsors de ces événements sont très institutionnels en France tandis qu'ils sont plutôt privés aux USA. Mais cela ne semble pas avoir d'influence notable sur les

écueils évoqués ci-dessus.

Il serait aussi intéressant d'analyser ce que deviennent toutes ces startups avec un peu de recul. Mais il ne faut pas trop en demander aux organisateurs ! Je me pencherai sur la question un de ces jours ! Sachant que l'on manque de bases de données de startups en France, comme CrunchBase aux USA. Oséo a bien une base des nombreuses startups passées dans ses filets mais elle n'est ouverte qu'aux investisseurs potentiels. C'est donc une source d'information fermée, ce qui est bien dommage. Voilà une opportunité pour une organisation publique ou pas de changer la donne dans la connaissance des startups en France !

Quelques conseils

Je vais terminer avec quelques recommandations aux startups intéressés par ces “foires aux startups” :

- Ne pas céder aux sirènes qui vous poussent à participer à tous ces rassemblements partout pour obtenir prix et visibilité. Concentrez-vous sur les **événements à un fort impact** : soit médiatique, soit au niveau des prix, soit surtout au niveau de la mise en réseau qu’ils facilitent. Et évitez de conquérir à plus de deux événements dans l’année. Par contre, n’hésitez pas à écouter les présentations de vos concurrents potentiels pour votre propre veille.
- Utiliser ces présentations comme un moyen de **peaufiner votre marketing**. Les présentations durent généralement cinq minutes, ce qui constitue un excellent exercice de synthèse. Il doit donner envie d’aller plus loin et être très accrocheur. Au même titre, il est bon de créer un lot de scripts présentant la société en une phrase, en un paragraphe, en une demi-page et en une page. Histoire de s’adapter aux formats qui vous seront demandés selon les occasions. Et cinq minutes de présentation, c’est moins d’une page de texte ! Faites la même préparation et le même exercice en anglais. Et surtout, faites en sorte de bien décrire ce que fait votre produit ou service, pour qui, et ensuite, avec quels bénéficiaires. Nombre de startups ne passent même pas ce simple test avec succès malgré la présélection et le coaching !
- Soyez **affirmés** dans votre présentation. Parlez haut, fort et posément. Faites intervenir l’ensemble des associés histoire de montrer que votre équipe est soudée et complémentaire. Concluez en expliquant pourquoi vous êtes là : vous cherchez tel niveau de financement pour investir dans X ou Y (R&D, développement commercial, international, etc). Vous rencontrerez après votre présentation des investisseurs potentiels intéressés par votre entreprise. C’est alors que commence un acte de vente qui prendra peut-être plusieurs mois. La première impression comptant, soyez professionnels jusqu’au bout des ongles !
- Créez des **supports de qualité**. Vos supports visuels doivent être lisibles de loin. Sur un laptop, vous devez pouvoir lire les textes en vous mettant à environ 1,5 mètre du laptop. Fignolez votre présentation pour que la typographie soit homogène, les fautes d’orthographe corrigées, les majuscules respectées en début de “bullet point”. Limitez les énumérations à 3 ou 5 éléments. Copiez sur une clé USB votre présentation

avec divers formats : Powerpoint (ou autre, sur 2003 comme 2007), PDF, autre. Vous pouvez aussi prévoir de distribuer des flyers décrivant la société aux participants et/ou au jury.

- Faites l'effort d'apprendre à présenter votre société avec **ou** sans supports visuels. Si vous prévoyez une démonstration, prévoyez toujours une solution de remplacement avec des copies d'écrans dans une présentation.

A vous maintenant de partager quelques retours d'expérience !

Prochain épisode : je reviendrai sur quelques unes des startups présentes à TechCrunch 50 et DemoFall.

Cet article a été publié le 27 septembre 2008 et édité en PDF le 22 décembre 2021.
(cc) Olivier Ezratty – “Opinions Libres” – <https://www.oezratty.net>