



Investir Dans Les Startups

—
Guide Pratique Pour
Les Investisseurs et Les
Entrepreneurs

Bienvenue !

Ce manuel a été conçu pour guider les fondateurs de startups, les anges investisseurs, les capital-risqueurs et les entreprises souhaitant collaborer avec les start-ups ou investir dans des startups. Il simplifie les complexités de l'écosystème dynamique des startups tout en abordant les défis de l'entrepreneuriat et de l'investissement. Notre objectif est d'offrir aux investisseurs et aux entrepreneurs des outils pratiques et des stratégies pour révéler le potentiel des startups.

Que vous preniez des décisions financières et stratégiques, que vous vous prépariez pour des réunions avec des investisseurs ou que vous planifiez vos prochaines étapes, ce livre sera votre guide à chaque étape. Pour les fondateurs, nous décomposons les indicateurs clés de performance essentiels (KPIs), les métriques et les stratégies de planification financière, de croissance durable et de gestion du processus d'investissement. De la conception de présentations convaincantes pour les investisseurs à la maîtrise de la due diligence, en passant par la négociation de contrats et la conclusion de transactions, ce manuel simplifie les étapes juridiques et financières nécessaires à tout entrepreneur.

Pour les investisseurs, nous mettons en lumière les subtilités de l'investissement dans les startups, en insistant sur des aspects clés comme l'évaluation, la gestion des risques et les piliers d'un investissement réussi.

Ce manuel est bien plus qu'un simple guide : c'est une ressource tournée vers le succès concret. Il démystifie le jargon du monde des startups, alliant conseils pratiques et idées exploitables pour vous aider à relever les défis avec confiance. Les fondateurs ainsi que les investisseurs y trouveront des conseils pour approfondir leur compréhension, prendre des décisions éclairées et bâtir des partenariats durables.

Franchissez le premier pas dans votre aventure startup avec ce manuel. Ensemble, l'avenir grâce à des idées innovatrices et des investissements intelligents.

Definitions

Période intérimaire	La période entre la date de signature et la date de clôture.
Indicateur clé de performance (KPI)	Une mesure clé utilisée pour évaluer le succès d'une entreprise.
Revenu mensuel récurrent (MRR)	Le revenu mensuel prévisible dans un modèle économique basé sur des abonnements.
Drag Along	Le droit d'un actionnaire majoritaire de contraindre un actionnaire minoritaire à vendre ses actions à un acheteur tiers lorsqu'une offre est faite pour les actions de la société détenues par l'actionnaire majoritaire.
Tag Along	Le droit des actionnaires minoritaires de vendre leurs actions dans les mêmes conditions si un acheteur tiers fait une offre pour les actions de l'actionnaire majoritaire.
Marge brute	Le ratio entre le profit brut (calculé en soustrayant le coût des ventes du chiffre d'affaires des ventes de produits ou services) et le chiffre d'affaires total.
Exit	La vente de toutes les actions détenues par un actionnaire dans une startup.
Prime d'émission	La différence entre la valeur nominale et le prix d'émission d'une action lorsqu'elle est émise à une valeur supérieure à sa valeur nominale lors d'une augmentation de capital.
Taux de croissance du chiffre d'affaires (RGR)	Mesure le pourcentage d'augmentation du chiffre d'affaires sur une période donnée.
Date de clôture (Closing Date)	La date à laquelle l'investissement est légalement et effectivement finalisé.
Taux de rétention client (CRR)	Le taux auquel les utilisateurs continuent d'utiliser un produit sur une période donnée.
Coût d'acquisition client (CAC)	Le coût moyen encouru pour acquérir de nouveaux clients.
Taux d'attrition (Churn Rate)	Le pourcentage de clients perdus sur une période donnée.
Runway	La durée pendant laquelle une entreprise peut maintenir ses opérations avec le flux de trésorerie actuel.

Marge nette (Net Profit Margin)	Le ratio entre le bénéfice net d'une entreprise (après déduction de tous les coûts) et son chiffre d'affaires total.
Clause de changement défavorable significatif (MAC Clause)	Une clause qui donne à l'investisseur le droit de se retirer de l'investissement si un changement défavorable significatif concernant la startup se produit avant la clôture.
Retour sur fonds propres (ROE)	Indique l'efficacité avec laquelle une entreprise utilise ses fonds propres.
Taux de pénétration du marché	Le pourcentage de la base de clients cibles dans le marché concerné atteint par un produit ou service.
Pacte d'actionnaires (SHA)	Le principal accord qui définit les termes de la transaction d'investissement ainsi que les droits et obligations des parties impliquées.
Pitch deck	Une présentation qui offre aux investisseurs potentiels un aperçu du plan d'affaires, des produits et des services de l'entreprise.
Lettre d'intention	Un document généralement non contraignant qui énonce les termes de base selon lesquels un investisseur potentiel et un entrepreneur entament des discussions sur un investissement potentiel, dans le but de formaliser ces termes dans un accord signé menant à une clôture.
Taux de combustion (Burn Rate)	Indique le montant des dépenses mensuelles d'une entreprise.
Retour sur investissement (ROI)	Indique le rendement généré par un investissement.
Revenu annuel récurrent (ARR)	Représente le montant des revenus récurrents générés annuellement par une entreprise.

Table Des Matières

○ Phase de préparation avant l'investissement 06	○ Contrats rencontrés lors du processus d'investissement 27
○ Négociations d'investissement 17	○ Concepts clés dans les accords d'investissement 29
○ Étape de l'investissement 20	○ L'accord est signé. Quelle est la prochaine étape? 35
○ Due Diligence 24	



Phase de Préparation avant l'investissement

- Les Fondamentaux
- Indicateurs Clés de Performance (KPIs)
et Metrics



Phase de Préparation Avant L'investissement

Les Fondamentaux



Plan d'Affaires

Élaborez un plan d'affaires détaillé et complet. Articulez clairement votre vision, votre mission et vos objectifs. Mettez en avant les caractéristiques uniques et la proposition de valeur de votre produit ou service.



Étude de Marché / Analyse des Concurrents

Réalisez une analyse approfondie de votre marché cible et des segments de clientèle. Évaluez vos concurrents et votre position sur le marché, en identifiant à la fois vos points forts et vos axes d'amélioration.



Prévisions Financières

Préparez des prévisions détaillées concernant les revenus, les dépenses et la rentabilité. Utilisez des données concrètes pour démontrer aux investisseurs comment leur investissement générera des rendements.

Indicateurs Clés de Performance (KPIs) et Metrics

Pour bâtir une startup prospère, il ne suffit pas de développer et de lancer un produit innovant; il est également indispensable de développer votre entreprise de manière durable. Chaque décision façonne l'avenir de votre entreprise, rendant les décisions basées sur les données essentielles. Suivre et analyser les bons indicateurs joue un rôle crucial dans l'augmentation des chances de succès de votre startup. Dans ce contexte, les indicateurs clés de performance (KPIs) offrent un moyen concret de mesurer les progrès et de valider les stratégies.

La rapidité est un facteur critique dans le monde des startups. Les fondateurs doivent poursuivre des indicateurs qui les rapprochent de leurs KPIs et viser une montée en échelle rapide. Plus vous entrez rapidement sur le marché, plus vous générez tôt des revenus, qui peuvent ensuite être réinvestis pour réduire la dépendance au capital externe. Avancer lentement entraîne souvent des coûts plus élevés et augmente le risque que des concurrents reproduisent votre projet.

Cependant, avancer dans la bonne direction est tout aussi important que la rapidité. Par conséquent, fixer

des objectifs KPI précis est essentiel pour le succès d'une startup. Construire une startup prospère ne nécessite pas d'optimiser chaque indicateur; il suffit de prioriser les bons.

Les fondateurs de startups peuvent utiliser deux approches différentes pour fixer leurs objectifs:

1. Approche descendante:

Cette approche consiste à fixer une date d'achèvement cible et à travailler en arrière à partir de cette date pour créer un plan.

2. Approche ascendante:

Cette approche nécessite une évaluation honnête de ce qui peut être réalisé de manière réaliste à court terme et l'utilisation de cette évaluation pour fixer une date d'achèvement cible.

Appliquer ces deux approches périodiquement garantit que les objectifs sont réalistes, réalisables et ambitieux.

Comment choisir les bons indicateurs clés?

- 1. Définir des objectifs principaux:**
Commencez par identifier les principaux objectifs que votre startup cherche à atteindre. L'indicateur principal doit refléter si la startup est viable. Pour la plupart des startups, cet indicateur pourrait être le taux de croissance du chiffre d'affaires (RGR).
- 2. Utiliser des indicateurs secondaires:**
Les indicateurs secondaires garantissent que vous progressez dans la bonne direction. Par exemple, le taux de rétention client (CRR) et le taux d'attrition (Churn Rate) sont d'excellents indicateurs secondaires.
- 3. Éviter les métriques de vanité:**
Les métriques de vanité donnent une impression de succès mais offrent peu d'informations sur la croissance réelle de l'entreprise. Par exemple, suivre le nombre de visiteurs du site web est une métrique de vanité car cela ne montre pas si les visiteurs sont réellement intéressés par le produit ou le service.
- 4. Aligner l'équipe:**
L'équipe doit s'accorder sur les définitions des métriques et les appliquer de manière cohérente. Par exemple, un « utilisateur actif » peut désigner quelqu'un qui utilise le produit quotidiennement, hebdomadairement ou deux fois par mois. Définir ces termes garantit une clarté.
- 5. Se concentrer sur des métriques exploitables:**
Assurez-vous que les indicateurs choisis sont exploitables. Les KPIs ne doivent pas être de simples chiffres ; ils doivent représenter des données qui peuvent être améliorées par des actions spécifiques. Comparer les métriques aux standards de l'industrie est également un moyen efficace d'évaluer les performances.
- 6. S'aligner avec la stratégie globale:**
Les métriques doivent être alignées sur la stratégie globale de votre startup. Elles ne doivent pas constituer la seule base de prise de

décision mais être évaluées en parallèle avec vos objectifs plus larges et d'autres facteurs pertinents.

- 7. Avancer rapidement et rester flexible:**
Évitez l'indécision; agissez rapidement. Même dans le pire des cas, une action rapide et un échec rapide permettent d'éliminer les mauvaises idées et de se rapprocher des bonnes plus rapidement.



- Les métriques aident à identifier les problèmes. Pour trouver une solution, il faut d'abord diagnostiquer correctement le problème.
- Fixez des objectifs spécifiques pour chaque métrique.
- Vous n'avez pas besoin de suivre tous les indicateurs dès le premier jour. Commencez avec les quatre ou cinq plus utiles.

Les KPIs et les indicateurs clés offrent une manière objective d'évaluer les performances de votre startup. Ces informations forment le socle de votre pitch deck et de vos présentations aux investisseurs. En mettant efficacement en avant ces KPIs et indicateurs, vous pouvez démontrer clairement la santé financière, le potentiel de croissance et l'efficacité opérationnelle de votre entreprise. Cela vous permet de transmettre la valeur de votre startup avec force et d'instaurer la confiance des investisseurs.

Revenu Mensuel Récurrent (MRR)

Le revenu mensuel récurrent (MRR) représente les revenus mensuels récurrents générés par vos clients existants. Comprendre et suivre le MRR est crucial pour démontrer aux investisseurs la stabilité et la capacité de croissance de votre startup. Pour les investisseurs, le MRR est l'un des indicateurs principaux pour évaluer le potentiel de croissance et la santé financière de votre entreprise.

Pour calculer le MRR, il suffit de faire la somme des frais mensuels de tous les abonnés actifs. Pour une analyse plus approfondie, envisagez d'examiner le MRR net à l'aide de la formule suivante:

$$\text{MRR Net} = \text{MRR Nouveau} + \text{MRR Expansion} - \text{MRR Contraction} - \text{MRR Attrition}.$$

Cela offre une vue plus détaillée de la croissance des revenus et de l'attrition des clients.

Le MRR reflète non seulement les revenus mais aussi la fidélité des clients. C'est un indicateur essentiel pour mesurer les flux de revenus réguliers et récurrents, ainsi que la satisfaction et la fidélisation des clients. Le suivi régulier et l'analyse du MRR sont donc indispensables pour assurer le succès à long terme d'une startup.



Conseils

- **Suivez les tendances du MRR:** Analysez les tendances du MRR pour examiner votre taux de croissance mensuel et les comportements des clients. Ces tendances vous aident à évaluer continuellement les performances de votre startup, en identifiant les périodes de croissance ou de stagnation pour guider vos décisions stratégiques.

- **Augmentez le MRR grâce au upselling:** Proposez des services supplémentaires ou des plans premium à vos clients existants. Les stratégies de upselling augmentent non seulement les revenus par client, mais améliorent également leur satisfaction et leur fidélité.
- **Identifiez les défis de croissance:** Une faible croissance du MRR peut indiquer une attrition client ou une saturation du marché. Si cela se produit, envisagez de développer de nouvelles stratégies d'acquisition de clients ou d'explorer de nouveaux marchés pour stimuler la croissance.

Revenu Annuel Récurrent (ARR)

Pour les modèles économiques basés sur des abonnements, le revenu annuel récurrent (ARR) permet d'établir une source de revenus prévisible. L'ARR est un indicateur clé de la santé financière et du potentiel de croissance d'une startup, ainsi qu'un outil essentiel pour planifier des projections de revenus et des stratégies de croissance.

L'ARR est calculé en annualisant les revenus mensuels d'abonnement (multipliez le revenu mensuel par douze) ou en additionnant les valeurs contractuelles annuelles pour chaque segment de clients.

Les ventes ponctuelles ou les revenus variables ne sont pas inclus dans les calculs d'ARR ; seuls les revenus réguliers et récurrents sont pris en compte. L'ARR suit non seulement la croissance des revenus, mais aussi l'attrition des clients, offrant une mesure claire de la durabilité de votre modèle économique. Le suivi régulier et l'analyse de l'ARR sont donc cruciaux pour le succès à long terme des startups.



- **Mettez en avant l'ARR auprès des investisseurs:** L'ARR joue un rôle central pour les investisseurs lors de l'évaluation de la durabilité et de la rentabilité à long terme d'une startup.
- **Concentrez-vous sur la réduction de l'attrition:** Des taux d'attrition faibles entraînent une forte croissance de l'ARR, ce qui rassure les investisseurs. Un faible taux d'attrition démontre une forte satisfaction et fidélité des clients. Cela booste non seulement l'ARR, mais instille également la confiance que la startup peut conserver et développer sa base de clients.
- **Proposez des services supplémentaires:** Pour augmenter l'ARR total, envisagez d'ajouter des services réguliers et récurrents à votre offre. Ces services peuvent être inclus dans les calculs d'ARR, rendant vos flux de revenus plus prévisibles.
- **Offrez des services premium:** La vente de services ou de fonctionnalités premium à des clients existants est un moyen efficace de booster l'ARR. Ces stratégies montrent que votre startup est innovante et centrée sur le client, signalant aux investisseurs un potentiel de croissance à long terme.

Taux De Croissance Du Chiffre D'affaires (RGR)

Calculer précisément votre taux de croissance du chiffre d'affaires est essentiel pour capter l'attention des investisseurs. Le taux de croissance du chiffre d'affaires (RGR) est un indicateur clé qui mesure le pourcentage d'augmentation du chiffre d'affaires sur une période spécifique. Pour les investisseurs, c'est un indicateur vital du potentiel de croissance de votre entreprise.

La formule pour calculer le RGR est la suivante :

$$\text{Taux de Croissance du Chiffre d'Affaires} = \frac{[(\text{Chiffre d'affaires de la période actuelle} - \text{Chiffre d'affaires de la période précédente}) / \text{Chiffre d'affaires de la période précédente}] \times 100}{1}$$

Cette formule offre une vue claire de la croissance nette et permet de comparer les performances sur différentes périodes. En suivant cet indicateur de manière constante, vous pouvez évaluer si vos stratégies de croissance donnent les résultats escomptés.

Le RGR ne se limite pas à l'augmentation des ventes; il est également lié à l'optimisation des coûts et à la fidélité des clients. Un taux de croissance élevé reflète souvent des stratégies de marketing et de vente efficaces, une gestion optimisée des coûts et une forte satisfaction des clients.



- **Vendez davantage aux clients existants (Upselling et Cross-Selling):** Proposez des produits ou services complémentaires et des opportunités de upselling à vos clients actuels. Augmenter les achats de vos clients fidèles améliore leur valeur à vie et contribue à une croissance régulière.
- **Améliorez l'efficacité marketing:** Concentrez-vous sur des canaux marketing à haut rendement avec un retour sur investissement (ROI) élevé pour

réduire les dépenses tout en augmentant le RGR. Cela peut être accompli en privilégiant les canaux les plus efficaces et en éliminant les dépenses inutiles.

- **Renforcez la fidélité des clients:** Conservez vos clients fidèles en leur montrant qu'ils sont valorisés. Une base de clients loyaux réduit l'attrition, conduit à une croissance plus prévisible et aide à augmenter le taux de croissance global de votre entreprise.



- **Doublez votre Runway:** Après avoir calculé votre runway, visez à le doubler grâce à des mouvements stratégiques. Une stratégie financière solide va au-delà du contrôle des coûts et maximise activement les flux de revenus.
- **Gestion des coûts:** Révisez régulièrement vos dépenses et éliminez les dépenses inutiles. Cherchez à améliorer l'efficacité opérationnelle et réduisez les coûts grâce à l'automatisation des processus.
- **Croissance des revenus:** Créez des opportunités de cross-selling ou d'upselling auprès de votre base de clients existante pour augmenter les revenus. En outre, effectuez des études de marché pour identifier de nouveaux segments de clients et élargir votre marché.
- **Diversifiez les sources de financement:** Recherchez des fonds supplémentaires auprès d'investisseurs, demandez des subventions ou établissez des partenariats stratégiques pour sécuriser des sources de financement alternatives et renforcer votre position financière.

Runway

Le Runway est un indicateur clé qui mesure combien de temps une startup peut maintenir ses opérations avec son flux de trésorerie actuel. Cet indicateur est particulièrement significatif pour les investisseurs, car il les aide à évaluer le potentiel de survie d'une startup. La durée du runway est généralement calculée en divisant le solde de trésorerie actuel par les dépenses mensuelles.

Les dépenses fixes et variables doivent être prises en compte dans les calculs du runway. Les investisseurs préfèrent que les startups maintiennent un runway d'au moins douze à dix-huit mois. Prolonger le runway implique des stratégies telles que la réduction des coûts, l'augmentation des revenus et la recherche de nouvelles sources de financement.

Certaines startups créent également un "runway tampon" pour couvrir les dépenses imprévues, assurant ainsi une stabilité du flux de trésorerie pendant les périodes difficiles. La durée du runway est essentielle non seulement pour la survie, mais aussi pour les stratégies de croissance et de montée en échelle. Un runway plus long augmente vos chances de rester sur le marché et de gagner un avantage concurrentiel. Pendant cette période, vous pouvez effectuer des investissements stratégiques et renforcer votre position sur le marché pour saisir des opportunités de croissance.

Taux D'attrition Client (Customer Churn Rate)

Le taux d'attrition client est un indicateur clé pour les modèles économiques basés sur les abonnements. Il reflète le pourcentage de clients qui arrêtent d'utiliser un produit ou service sur une période donnée. Un faible taux d'attrition indique une forte satisfaction et fidélité des clients, tandis qu'un taux élevé signale souvent des problèmes liés à la qualité du produit, au service client ou aux prix.

Pour calculer le taux d'attrition:

$$\text{Taux d'Attrition} = \frac{[(\text{Nombre de clients au début de la période} - \text{Nombre de clients à la fin de la période}) / \text{Nombre de clients au début de la période}] \times 100$$

Exemple: Si vous commencez janvier avec 100 clients et terminez février avec 90 clients, votre taux d'attrition est :

$$[(100 - 90) / 100] \times 100 = 10 \%$$

Des taux d'attrition élevés peuvent considérablement ralentir la croissance de l'entreprise et, dans les cas extrêmes, conduire à sa fermeture. Par conséquent, le suivi régulier des taux d'attrition et l'adoption proactive de stratégies pour les réduire sont essentiels pour maintenir une croissance durable à long terme.



- **Suivez et analysez les retours clients:** Collectez régulièrement les retours des clients pour comprendre leurs points de douleur et y répondre efficacement. Comprendre pourquoi les clients partent est la première étape pour réduire l'attrition.

- **Améliorez le service client:** Un service client de qualité renforce les relations et fidélise les clients. Des réponses rapides et un support personnalisé jouent un rôle crucial dans la rétention des clients.
- **Réviser vos stratégies de tarification:** Assurez-vous que vos prix sont en phase avec les attentes des clients et la valeur perçue. Offrir des plans de tarification flexibles ou des réductions pour des engagements à long terme peut aider à réduire l'attrition.

Burn Rate

Le Burn Rate reflète le montant d'argent qu'une startup dépense sur une période spécifique. Suivre et calculer avec précision le burn rate est crucial pour évaluer la durabilité d'une startup. Cet indicateur est particulièrement significatif pour les investisseurs et les fondateurs, car il montre combien de temps les réserves de trésorerie de l'entreprise peuvent durer.

Exemple: Si vos dépenses mensuelles sont de 50 000 € et vos revenus de 30 000 €, votre burn rate est de 20 000 €.

Le burn rate est généralement calculé sur une base mensuelle et peut être divisé en deux catégories :

1. **Burn Rate Brut:** Il s'agit du montant total d'argent dépensé par la startup chaque mois, y compris les coûts d'exploitation, les salaires, le loyer, les dépenses marketing, et autres coûts opérationnels.
2. **Burn Rate Net:** Il reflète la perte nette de trésorerie mensuelle. Il est calculé en soustrayant les revenus des dépenses d'exploitation. Si une startup génère des revenus, le burn rate net sera inférieur au burn rate brut.

Un burn rate positif indique que l'entreprise dépense plus qu'elle ne gagne, tandis qu'un burn rate négatif suggère que les revenus dépassent les dépenses.

Conseils et Stratégies

Le burn rate en tant qu'indicateur pour les investisseurs:

Les investisseurs évaluent le burn rate pour déterminer combien de temps une startup peut fonctionner avec ses fonds actuels et basent souvent leurs décisions d'investissement sur cet indicateur.

Optimisez les coûts et augmentez les revenus:

Les fondateurs devraient viser à réduire le burn rate en optimisant les coûts et en augmentant les flux de revenus. Ils doivent également se préparer à de nouvelles levées de fonds si nécessaire.

Burn rate élevé en phase de croissance:

Un burn rate élevé peut inquiéter les investisseurs quant à la durabilité d'une startup. Cependant, pour les startups en phase de croissance avec une approche agressive du marché, un burn rate plus élevé peut être attendu. Dans de tels cas, un modèle de revenus solide et un soutien fort des investisseurs sont essentiels pour maintenir ce niveau.

Un burn rate faible, signe d'efficacité:

Un burn rate faible fait référence aux opérations efficaces et à une gestion optimale des ressources, ce qui peut inspirer confiance aux investisseurs.

Taux de Rétention Client (CRR)

Le taux de rétention client (CRR) est un indicateur clé pour les startups, mesurant leur capacité à conserver leurs clients existants sur une période donnée. Cet indicateur est particulièrement crucial dans les secteurs où le coût d'acquisition de nouveaux clients est élevé. Le CRR reflète également la satisfaction et la fidélité des clients, aidant les startups à évaluer le succès de leurs relations client.

Le CRR est généralement calculé comme suit:

$$\text{CRR} = \left[\frac{\text{Nombre de clients à la fin de la période} - \text{Nombre de nouveaux clients durant la même période}}{\text{Nombre total de clients au début de la période}} \right] \times 100$$

Le suivi régulier du CRR aide à optimiser les stratégies de gestion de la relation client (CRM). Un CRR élevé indique que la startup conserve efficacement sa base de clients, ce qui reflète souvent une performance solide en matière de service client, de qualité des produits et de satisfaction globale des clients.

Pour améliorer le CRR, les startups devraient se concentrer sur l'amélioration de l'expérience client, offrir des services personnalisés et apporter des améliorations basées sur les retours des clients. Une baisse du CRR pourrait indiquer une insatisfaction des clients ou une attirance pour les offres des concurrents. Un suivi et des ajustements constants sont essentiels pour maintenir et améliorer le CRR.



- **Améliorez la rentabilité avec un CRR élevé:** Un CRR élevé soutient la rentabilité à long terme et la croissance durable. En moyenne, réduire l'attrition client de seulement 5 % peut augmenter les bénéfices de 25 à 95 %
- **Utilisez des programmes de fidélité:** Les programmes de fidélité et l'engagement régulier avec les clients ont un impact positif sur le CRR. Ces programmes peuvent améliorer le CRR jusqu'à 30 %.

- **Donnez autant de priorité à la rétention qu'à l'acquisition:** Conserver les clients existants est tout aussi important qu'en acquérir de nouveaux. Réalisez des enquêtes de satisfaction client et examinez régulièrement vos stratégies CRM pour identifier et résoudre les points à améliorer.

- **Prenez en compte les dépenses commerciales:** Incluez les dépenses liées aux ventes, telles que les salaires de l'équipe commerciale, les logiciels de gestion des ventes et les coûts de formation. Comprendre leur impact sur le CAC global permet une gestion budgétaire plus efficace.

- **Optimisez le CAC au fil du temps:** Réduisez les coûts en améliorant l'expérience client et en augmentant les taux de conversion. Analysez le parcours client et identifiez les points faibles. Les tests A/B et les retours des utilisateurs fournissent des informations précieuses pour des ajustements.

- **Calculez le CAC par segment client:** Décomposez le CAC par segment client pour évaluer la rentabilité de chacun. Cette approche garantit que vos stratégies marketing et commerciales sont plus ciblées et efficaces.

- **Investissez dans les acquisitions organiques et par recommandations:** Les acquisitions organiques et par recommandations ont souvent le CAC le plus faible. Investissez dans des stratégies comme les programmes de parrainage et le SEO pour atteindre des coûts plus bas et une rentabilité plus élevée à long terme.

Coût D'acquisition Client

(Customer Acquisition Cost - CAC)

Le coût d'acquisition client (CAC) représente le coût total engagé pour acquérir un nouveau client. Il est généralement calculé en divisant les dépenses totales en marketing et ventes par le nombre de clients acquis. Comprendre le coût d'acquisition des clients est crucial pour la réussite d'une startup. Se présenter devant des investisseurs sans connaître ce coût pourrait constituer une erreur stratégique majeure !

Un CAC faible est très attrayant pour les investisseurs, car il indique que l'acquisition de clients ne nécessite pas de dépenses importantes. Cependant, lors de l'évaluation du CAC, il est essentiel de prendre en compte la valeur à vie du client (LTV) et sa fidélité. Un CAC élevé n'est pas nécessairement négatif s'il est équilibré par un LTV élevé. Une stratégie efficace d'acquisition client doit viser à garantir non seulement des clients à faible coût, mais aussi des clients de qualité et fidèles.



Conseils

- **Analysez les coûts marketing:** Évaluez l'efficacité des publicités numériques, de la production de contenu, des efforts SEO et des investissements dans des événements. Suivez le nombre de clients acquis et le coût de chaque canal marketing, en vous concentrant sur ceux qui offrent le meilleur retour sur investissement (ROI).

Retour Sur Investissement (Return on Investment - ROI)

Le retour sur investissement (ROI) est l'un des indicateurs les plus appréciés dans le processus de prise de décision des investisseurs. Il constitue un critère essentiel pour mesurer la rentabilité d'un investissement. **Le ROI est calculé en divisant le gain net par le coût de l'investissement, et il est généralement exprimé en pourcentage:**

$$\text{ROI} = (\text{Gain Net} / \text{Coût de l'Investissement}) \times 100$$

Le ROI permet d'évaluer les performances d'un investissement, qu'il soit à court ou à long terme. Pour une analyse précise, il est essentiel de prendre en compte toutes les dépenses et tous les gains. Cette approche complète permet une comparaison objective entre différents scénarios d'investissement, vous aidant à prendre des décisions plus éclairées.

Cependant, un ROI élevé ne doit pas toujours être perçu comme un signe positif. Des rendements plus élevés sont souvent associés à des risques plus élevés. Il est crucial de considérer les facteurs de risque lors du calcul du ROI. En outre, des coûts cachés négligés peuvent entraîner des résultats trompeurs, rendant une analyse complète des coûts indispensable.



- **Approche holistique du ROI pour les startups:** Pour les startups, le ROI ne devrait pas se limiter aux retours financiers. Il devrait également inclure des valeurs non monétaires comme la satisfaction client et la notoriété de la marque. Cette perspective élargie offre une image plus fidèle de la valeur réelle de l'investissement et soutient le développement de stratégies de croissance durable.

Retour Sur Fonds Propres (Return on Equity - ROE)

Dans le monde de l'entrepreneuriat, le retour sur fonds propres (ROE) est l'un des indicateurs les plus critiques pour impressionner les investisseurs. Le ROE reflète l'efficacité avec laquelle une entreprise utilise ses fonds propres et constitue un indicateur clé de la performance financière et de l'efficacité de la gestion. **Il est calculé en divisant le revenu net de l'entreprise par les fonds propres des actionnaires:**

$$\text{ROE} = (\text{Gain Net} / \text{Coût de l'Investissement}) \times 100$$

Le ROE offre une perspective sur la manière dont une entreprise utilise ses ressources pour générer des profits. Un ROE élevé indique que l'entreprise utilise efficacement ses fonds propres et est rentable, ce qui la rend particulièrement attrayante pour les investisseurs à long terme. Cependant, un ROE faible n'est pas nécessairement un mauvais signe. Il peut être temporaire, influencé par de nouveaux investissements ou des expansions qui réduisent le ratio à court terme tout en préparant le terrain pour une croissance future.



- **Assurez des calculs précis:** La précision dans le calcul du revenu net et des fonds propres des actionnaires est essentielle pour obtenir un ROE exact. Des erreurs dans ces chiffres peuvent fausser le ratio et conduire à des conclusions trompeuses.
- **Stratégies pour augmenter le ROE:** Les entreprises peuvent améliorer leur ROE en augmentant leur rentabilité ou en utilisant plus efficacement leurs fonds propres. L'optimisation de l'efficacité opérationnelle et l'allocation optimale des capitaux sont des stratégies courantes pour y parvenir.

- **Utilisez des références sectorielles:** Les valeurs du ROE varient selon les secteurs. Comparez toujours le ROE avec les moyennes spécifiques au secteur. Par exemple, les entreprises dans des secteurs à forte intensité de capital peuvent naturellement avoir un ROE plus faible que celles dans des secteurs moins intensifs en capital. Cette contextualisation aide les investisseurs à évaluer les performances de manière plus informée.



- **Identifiez les causes d'un faible taux de pénétration:** Un faible taux de pénétration découle souvent de lacunes dans les stratégies marketing plutôt que de problèmes liés à la qualité du produit ou du service. Identifier ces lacunes aide à clarifier les domaines nécessitant des améliorations.
- **Méthodes pour augmenter le taux de pénétration:** De nombreuses startups prospères ont rapidement amélioré leurs taux de pénétration grâce à des ajustements stratégiques. Les méthodes efficaces incluent :
 - Approfondir les connaissances sur le public cible.
 - Exploiter les canaux de marketing numérique.
 - Développer des produits basés sur les retours des clients.
- **Taux de pénétration en tant que critère d'investissement:** Le taux de pénétration est un indicateur crucial pour les investisseurs. Des taux élevés signalent une forte présence sur le marché et un potentiel de croissance, rendant une startup plus attrayante pour les investisseurs potentiels.

Taux De Pénétration Du Marché (Market Penetration Rate)

Le taux de pénétration du marché est un indicateur clé pour évaluer le potentiel de croissance d'une startup. Il mesure non seulement l'efficacité avec laquelle un produit ou service performe sur le marché, mais fournit également des informations précieuses sur le positionnement concurrentiel.

Le taux est calculé à l'aide de la formule suivante:

$$\text{Taux de Pénétration du Marché} = \left(\frac{\text{Nombre Actuel de Clients}}{\text{Taille Totale du Marché Cible}} \right) \times 100$$

Au-delà de l'évaluation de la base de clients actuelle, le taux de pénétration du marché aide à façonner de nouvelles stratégies. Par exemple, un taux de pénétration élevé indique une forte fidélité des clients et une notoriété de marque accrue, ce qui reflète une présence profonde sur le marché. Il peut également révéler des opportunités d'expansion ou de nouveaux engagements dans le marché, permettant aux startups de construire sur leur succès actuel et d'élargir leur portée.

Réunions

D'investissement

→ Pitch Deck



Réunions D'investissement

Pitch Deck

Indicateurs clés de performance (KPIs)

Les indicateurs liés aux revenus sont des métriques essentielles pour capter l'attention des investisseurs. Les startups doivent inclure ces métriques dans leurs présentations, en mettant en évidence la performance financière et le potentiel de croissance de l'entreprise. Des indicateurs tels que le taux de croissance du chiffre d'affaires (RGR), les marges bénéficiaires et le coût d'acquisition client (CAC) doivent refléter clairement la santé financière de la startup.

Premières impressions

Le pitch deck offre aux investisseurs leur première impression de la startup. Une introduction brève et percutante retiendra leur attention. La mission de la startup et le problème principal qu'elle cherche à résoudre doivent être clairement énoncés dès le début de la présentation.

Une ouverture forte dans les 2–3 premières minutes donne le ton et marque les esprits.

Etablir la confiance

Une présentation professionnelle et efficace démontre le sérieux et l'engagement des fondateurs envers leur entreprise. La confiance se construit non seulement à travers le contenu, mais également grâce à la cohérence et à l'alignement de tous les aspects de la présentation. La conception, la qualité et le professionnalisme des graphiques et des diapositives reflètent le sérieux de la startup. Tout au long de la présentation, la mission, la vision et les valeurs de la startup doivent être renforcées. Une attitude confiante, un contact visuel soutenu et une élocution claire renforcent la connexion avec le public.

Gestion du temps

Fixer des limites de temps pour chaque section permet de mieux gérer la présentation. Les sections telles que l'introduction, le problème/solution, l'analyse du marché, la présentation du produit ou service et les données financières doivent être équilibrées. Une durée de présentation d'environ 15 minutes est recommandée.

Les répétitions permettent d'affiner le contenu et d'assurer une gestion du temps efficace.

Données et analyses

Le modèle économique, le marché et les objectifs doivent être clairement définis. Les startups peuvent attirer l'attention des investisseurs en mettant l'accent sur les données et métriques clés tout en évitant les détails superflus.

L'utilisation de statistiques, graphiques et études de marché renforce les arguments.

Narration captivante

Les startups peuvent rendre leurs idées et leur vision plus engageantes en intégrant des éléments narratifs dans leurs présentations. Des anecdotes et études de cas qui permettent aux investisseurs de s'identifier ou de s'inspirer laissent une impression durable.

Observer les réactions des investisseurs pendant le pitch et ajuster le rythme pour se concentrer sur les points clés est également crucial.

Problème et solution

La présentation doit aborder un problème significatif du marché cible et expliquer en quoi la solution proposée par la startup est unique.

Produit ou service

Décrivez clairement le produit ou service, en expliquant son fonctionnement et pourquoi il est supérieur aux alternatives existantes. Les retours clients, démonstrations de produit ou études de cas peuvent renforcer la présentation.

Préparation aux questions

Prévoyez du temps pour les questions des investisseurs et préparez-vous à répondre aux interrogations les plus probables. Des réponses rapides et précises démontrent la maîtrise des fondateurs sur le sujet.



- **Modèle économique:** Expliquez clairement votre modèle de revenus et votre stratégie de rentabilité.
 - **Analyse de la concurrence:** Fournissez une analyse approfondie de vos concurrents en insistant sur vos avantages concurrentiels.
 - **Mettez en avant votre équipe:** Soulignez les talents et l'expérience de votre équipe pour inspirer confiance aux investisseurs.
 - **Projections financières:** Présentez des prévisions réalistes mais attrayantes sur la croissance et la rentabilité future.
-
- **Établissez une connexion émotionnelle:** Créer une connexion émotionnelle avec les investisseurs peut renforcer leur intérêt et leur engagement envers votre entreprise.
 - **Comprenez les motivations des investisseurs:** Tenez compte non seulement des attentes de retour financier des investisseurs, mais aussi de leurs motivations liées à l'impact social ou à l'innovation.
 - **Utilisez des supports visuels:** Rendez vos informations plus claires et attrayantes grâce à des visuels et des graphiques bien conçus.
 - **Présentez des études de cas clients:** Mettez en avant des témoignages ou des études de cas de clients existants pour démontrer la crédibilité et l'impact de votre entreprise.
 - **Analyse du marché:** Appuyez-vous sur des données détaillées pour démontrer la taille, les tendances et les opportunités de votre marché cible.

Étape de L'investissement

- Rounds de Financement
- Evaluation de L'entreprise et Attribution de Actions de L'investisseur



Étape de L'investissement

Rounds de Financement

Les levées de fonds, à l'exception des introductions en bourse (IPO), sont nommées par ordre alphabétique et structurées de manière séquentielle. Chaque round est défini par des objectifs spécifiques fixés par les fondateurs de la startup et les investisseurs existants.

A

Financement Série A

La Série A est généralement le premier round où les fondateurs de startups rencontrent des investisseurs institutionnels, souvent des fonds de capital-risque. L'objectif principal de ce round est d'optimiser l'expansion de l'entreprise en se concentrant sur les performances de croissance.

C

Financement Série C

La Série C se concentre sur l'élargissement de la gamme de produits, l'entrée sur de nouveaux marchés, l'expansion par acquisitions ou l'augmentation de la valorisation en vue d'une éventuelle IPO.

B

Financement Série B

Ce round vise à établir la startup dans une structure plus corporate et à étendre sa présence sur le marché.

D

E

Financements Série D et E

Les startups peuvent poursuivre les rounds D et E si elles n'ont pas atteint les objectifs de financement fixés lors de la Série C. Ces rounds offrent une opportunité de combler des lacunes financières ou d'améliorer la valorisation comme dernière étape avant de devenir publique.

Evaluation de L'entreprise et Attribution de Actions de L'investisseur

Pour comprendre comment le nombre et le pourcentage d'actions qu'un investisseur obtiendra à la suite de son investissement dans une startup sont calculés, voici une explication détaillée

Comment calculer la valeur nominale d'une action ?

Le capital initial d'une entreprise représente le montant total investi au moment de sa constitution. En Turquie, le capital minimum requis pour créer une société anonyme (Anonim Şirket) est de 250 000 TL. Ce capital initial est divisé en actions, qui sont attribuées aux actionnaires fondateurs en proportion du capital qu'ils ont apporté. Le nombre d'actions

est déterminé en fonction de la valeur nominale attribuée à chaque action.

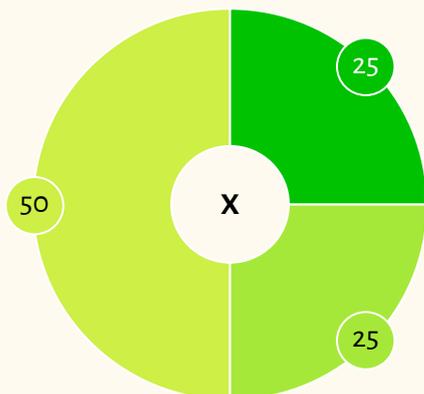
Exemple 1:

La société X est une société anonyme créée avec un capital de 250 000 TL et trois actionnaires fondateurs (A, B et C). Le capital de la société est divisé en 250 000 actions, avec une valeur nominale de 1 TL chacune.

A: a investi 125 000 TL. Il détient 125 000 actions, soit 50 % de l'entreprise.

B: a investi 62 500 TL. Il détient 62 500 actions, soit 25 % de l'entreprise.

C: a investi 62 500 TL. Il détient 62 500 actions, soit 25 % de l'entreprise.



Augmentation de capital sans investisseurs externes

Une manière de financer une entreprise est d'augmenter son capital social. Ce processus ne nécessite pas forcément d'investisseurs externes ; il repose sur les contributions des actionnaires existants. Lorsque le capital est augmenté, de nouvelles actions sont émises à ceux qui souscrivent à l'augmentation, augmentant ainsi le nombre total d'actions.

Si les actionnaires existants participent proportionnellement, leurs parts de participation restent inchangées, même si le nombre total d'actions augmente.

Exemple 2:

Avec la même société X:

Capital existant: 250.000 TL

Augmentation de capital: 500.000 TL

Capital social après augmentation: 750.000 TL

Tous les actionnaires participent proportionnellement à l'augmentation de capital

A: Contribue 250 000 TL, détient désormais 375 000 actions (50 %).

B: Contribue 125 000 TL, détient désormais 187 500 actions (25 %)

C: Contribue 125 000 TL, détient désormais 187 500 actions (25 %).

Augmentation de capital en présence des investisseurs externes

Lorsqu'un investisseur externe rejoint la société par le biais d'une augmentation de capital, il paie généralement une prime sur la valeur nominale des actions. Cette prime reflète la valeur de marché de la société, qui dépasse la valeur nominale grâce aux actifs, à la propriété intellectuelle, aux clients et à d'autres facteurs.

Le montant de la prime est calculé en fonction de la valorisation de la société et du montant total de l'investissement, ce qui détermine le pourcentage de propriété que l'investisseur obtiendra.

Exemple 3:

Pour la société X:

Capital social total avant l'investissement: 750 000 TL (750 000 actions à une valeur nominale de 1 TL chacune).

Valorisation pré-money de la société: 60 millions TL.

Investisseur Y investit: 10 millions TL.

Calculs: Valeur pré-money d'une action: 60 millions TL / 750 000 actions = 80 TL.

Nombre d'actions à émettre pour Y: 10 millions TL / 80 TL = 125 000 actions.

Capital social total post-money: 875 000 TL (875 000 actions)

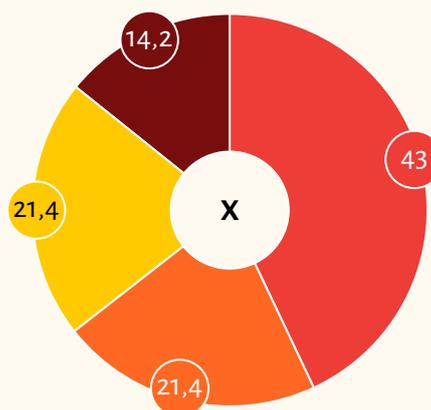
Nouvelles proportions de propriété

A: 375 000 actions / 875 000 actions = 43 %

B: 187 500 actions / 875 000 actions = 21,4 %

C: 187 500 actions / 875 000 actions = 21,4 %

Y: 125 000 actions / 875 000 actions = 14,2 %



Impact de vendre des actions à la valeur nominale

Si l'augmentation de capital était effectuée à la valeur nominale, les actionnaires existants subiraient une dilution importante de leur participation.

Exemple 4:

Si la société X augmentait son capital à la valeur nominale:

Nouveau capital: 10 750 000 TL (10 millions de nouvelles actions émises pour l'investisseur Y à 1 TL chacune).

Proportions de propriété:

A: 375 000 actions / 10 750 000 actions = 3 %

B: 187 500 actions / 10 750 000 actions = 2 %

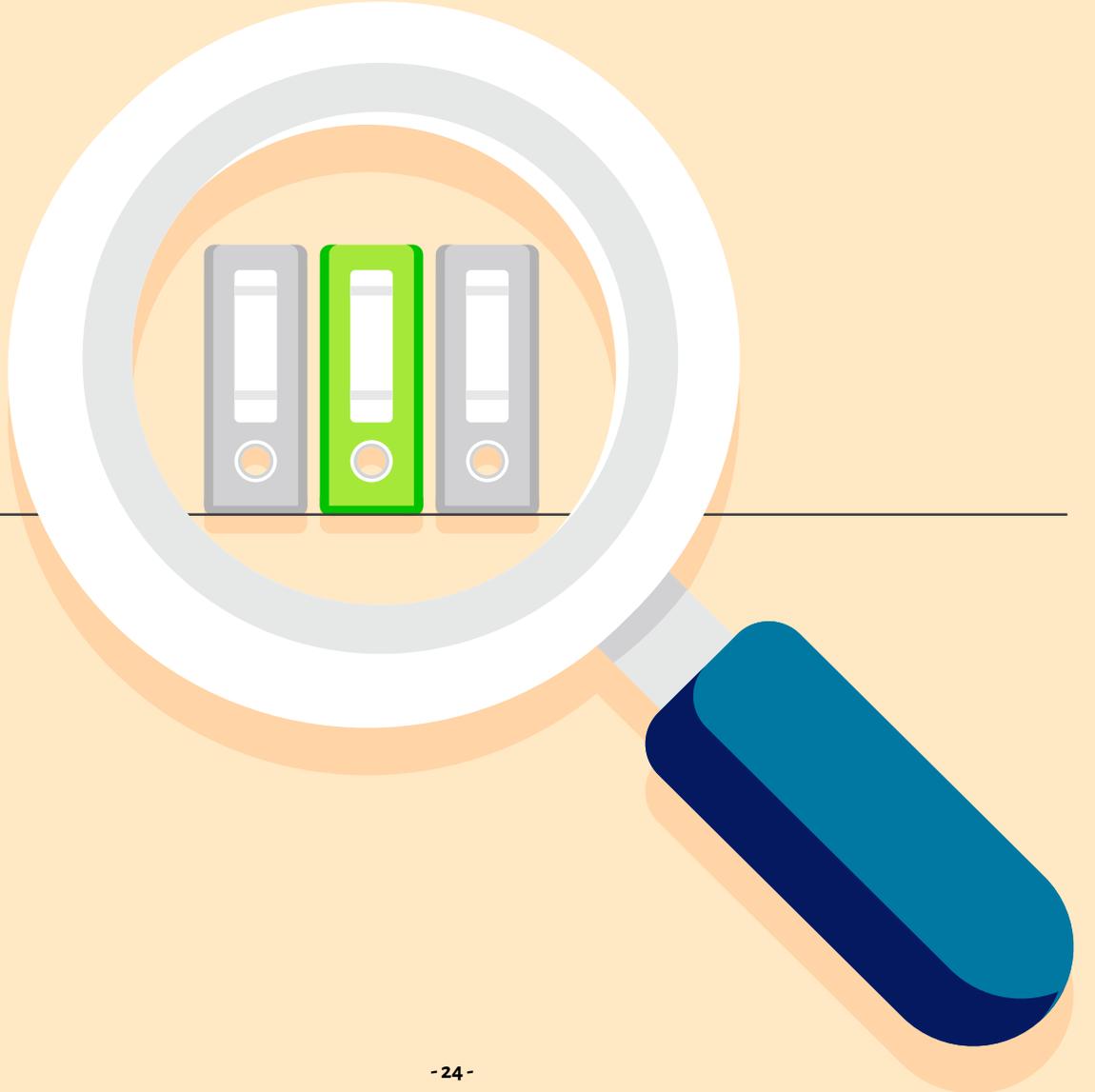
C: 187 500 actions / 10 750 000 actions = 2 %

Y: 10 000 000 actions / 10 750 000 actions = 93 %



→ **Comprendre l'importance des primes d'émission:** La prime payée par l'investisseur pour chaque nouvelle action garantit que le nombre de nouvelles actions correspond à la valeur réelle de marché de la société. Vendre des actions à la valeur nominale, comme dans l'Exemple 4, entraînerait une dilution significative de la participation des fondateurs, les laissant potentiellement avec des parts négligeables.

Due Diligence



Due Diligence

Le processus classique d'investissement dans une startup débute généralement par la formalisation et la signature d'une lettre d'intention et d'un accord de non-divulgateion. Par la suite, une data room est mise en place conformément à la checklist de due diligence fournie par l'investisseur. Les négociations des documents de la transaction s'appuient sur les conclusions tirées du processus de due diligence.

Pour les investisseurs, l'objectif principal de la due diligence est d'évaluer les risques et les responsabilités associés à la startup cible et à la transaction d'investissement proposée, d'identifier les responsabilités des fondateurs et de faciliter une transaction bien structurée avec des stratégies d'atténuation des risques.

Objectifs de la Due Diligence:

Pour les investisseurs, les principaux objectifs de la due diligence sont les suivants

- *Évaluer les risques et les responsabilités associés à la startup*
- *Identifier les actions à entreprendre par les fondateurs, tant avant qu'après l'investissement.*

Types de Due Diligence

Les investisseurs réalisent généralement une due diligence juridique, fiscale et financière. Ces analyses peuvent varier selon le secteur et l'activité de la startup. Dans certains cas, une due diligence technique est également effectuée, en particulier pour les startups opérant dans des industries spécifiques.

Portée de la Due Diligence Juridique

L'étendue de la due diligence juridique dépend du secteur et des activités de l'entreprise cible. Établir une checklist adaptée à ces facteurs est essentiel pour poser des questions pertinentes. Cette approche permet non seulement de gagner

du temps, mais aussi de créer un environnement de travail professionnel pour toutes les parties impliquées.

Principaux éléments de la due diligence juridique:

Corporate:

- Copie des statuts de la société.
- Extraits du registre du commerce.
- Copie du registre des actionnaires.
- Copies des résolutions du conseil et des procès-verbaux des assemblées générales.

Contrats:

- Copies des contrats avec les clients clés.
- Copies des accords de distribution.
- Copies des accords d'approvisionnement.

Finance:

- Copies des accords de prêt.
- Copies des garanties, telles que les hypothèques ou les gages.

Propriétés Immobilières:

- Copies des titres de propriété de la société cible.
- Liste des charges sur les propriétés immobilières.
- Copies des contrats de location.
- Copies des permis de construction et d'utilisation.

Emploi:

- Copies des contrats de travail.
- Informations sur le nombre total d'employés.
- Preuves de paiement des cotisations sociales.
- Potentielles responsabilités liées à l'emploi.

Licences et Conformité à la réglementation:

- Copies des licences et permis requis pour le secteur.
- Identification des licences ou permis manquants.

Transactions avec des Parties Liées:

- Détails des transactions commerciales entre la société cible et des parties liées, telles que les actionnaires ou les membres du conseil.

Propriété Intellectuelle:

- Copies des enregistrements des droits de propriété intellectuelle, tels que les brevets et marques.
- Copies des accords de licence.

Litiges:

- Informations sur les litiges en cours ou potentiels impliquant la société cible.



- **Évitez les checklists standardisées: L'utilisation d'une checklist générique et non adaptée peut submerger les fondateurs de questions non pertinentes et donner l'impression que l'investisseur manque d'expertise dans le domaine de l'entreprise.**

Conformité à la Protection des Données Personnelles

La due diligence implique souvent la divulgation de données personnelles, rendant le respect des lois sur la protection des données crucial. Pour garantir la conformité, les startups doivent mettre en œuvre les mesures minimales suivantes:

Limiter le partage de données: Divulquez uniquement les données strictement nécessaires pour le processus de due diligence.

Informez et obtenez le consentement: Assurez-vous que les personnes concernées savent que leurs données seront divulguées à l'acheteur potentiel et à ses conseillers. Obtenez leur consentement si la législation applicable l'exige.

Inclure des clauses spécifiques: Intégrez des dispositions sur la protection des données personnelles dans l'accord de non-divulgence entre les parties.

Data Room

Avec l'aide de leurs conseillers juridiques, les fondateurs de startups commencent à préparer une data room quand les questions et documents requis pour la due diligence sont partagés. Historiquement, cela impliquait de créer une data room physique où les documents étaient organisés dans des dossiers pour examen. Aujourd'hui, les data rooms virtuelles (VDR) ont remplacé ces espaces physiques. Les VDR sont des plateformes sécurisées en ligne qui permettent aux parties autorisées de consulter les documents à distance.

Due Diligence Raporu

Après le processus de due diligence, les conseillers juridiques de l'investisseur préparent un rapport détaillé. Les livrables attendus par l'investisseur doivent être définis clairement à l'avance.

Certains investisseurs préfèrent des rapports détaillés, tandis que d'autres optent pour des résumés exécutifs mettant en avant les points clés affectant:

- La valorisation.
- Le prix d'achat.
- Les responsabilités.
- Les activités futures de la société cible.

Contrats Rencontrés Lors Du Processus D'investissement

- Accord de Non-Divulcation
- Lettre d'Intention
- Pacte d'Actionnaires
- Accord d'Escrow



Contrats Rencontrés Lors Du Processus D'investissement

Accord de Non-Divulgence (NDA)

Un NDA mutuel est signé entre l'investisseur et la startup pour protéger les informations sensibles de l'entreprise, telles que la propriété intellectuelle, les données clients et les détails de tarification. Ce contrat facilite les négociations détaillées concernant l'investissement proposé tout en garantissant la confidentialité.

Lettre d'Intention (Term Sheet)

Une lettre d'intention, souvent appelée *term sheet*, est signée par les parties pour:

- i. Exprimer leurs intentions concernant la transaction d'investissement proposée.
- ii. Fournir un cadre pour les termes financiers, tels que la méthode de détermination du montant de l'investissement.

Bien qu'une lettre d'intention ne soit généralement pas juridiquement contraignante, certaines dispositions—telles que l'exclusivité, la confidentialité ou le respect des lois applicables—peuvent être rendues contraignantes.

Pacte d'Actionnaires (SHA)

Le SHA est l'accord principal régissant les conditions de la transaction de transfert ou d'investissement d'actions ainsi que les droits et obligations des parties. Il comprend généralement les dispositions clés suivantes:

- a. **Montant de l'Investissement:** Les détails du capital investi.
- b. **Conditions de Clôture:** Les conditions à remplir pour finaliser la transaction.
- c. **Restrictions de la Période Intérimaire:** Les limitations sur les actions que la startup peut entreprendre entre la signature et la clôture.
- d. **Procédures de Clôture:** Les étapes nécessaires pour finaliser la transaction.
- e. **Déclarations et Garanties des Fondateurs:** Les déclarations faites par les fondateurs concernant

l'état de l'entreprise.

- f. **Règles d'Indemnisation:** Les procédures pour résoudre les réclamations ou les responsabilités survenant après la clôture.

En outre, le SHA définit la gestion post-clôture, la distribution des bénéfices, les notifications aux actionnaires, les restrictions de transfert d'actions, les obligations de non-concurrence et d'autres aspects opérationnels et droits des actionnaires.

Accord d'Escrow

Un accord d'escrow est souvent requis pour mettre en œuvre un mécanisme de *reverse vesting*, une demande fréquente des investisseurs.

Mécanisme de Reverse Vesting:

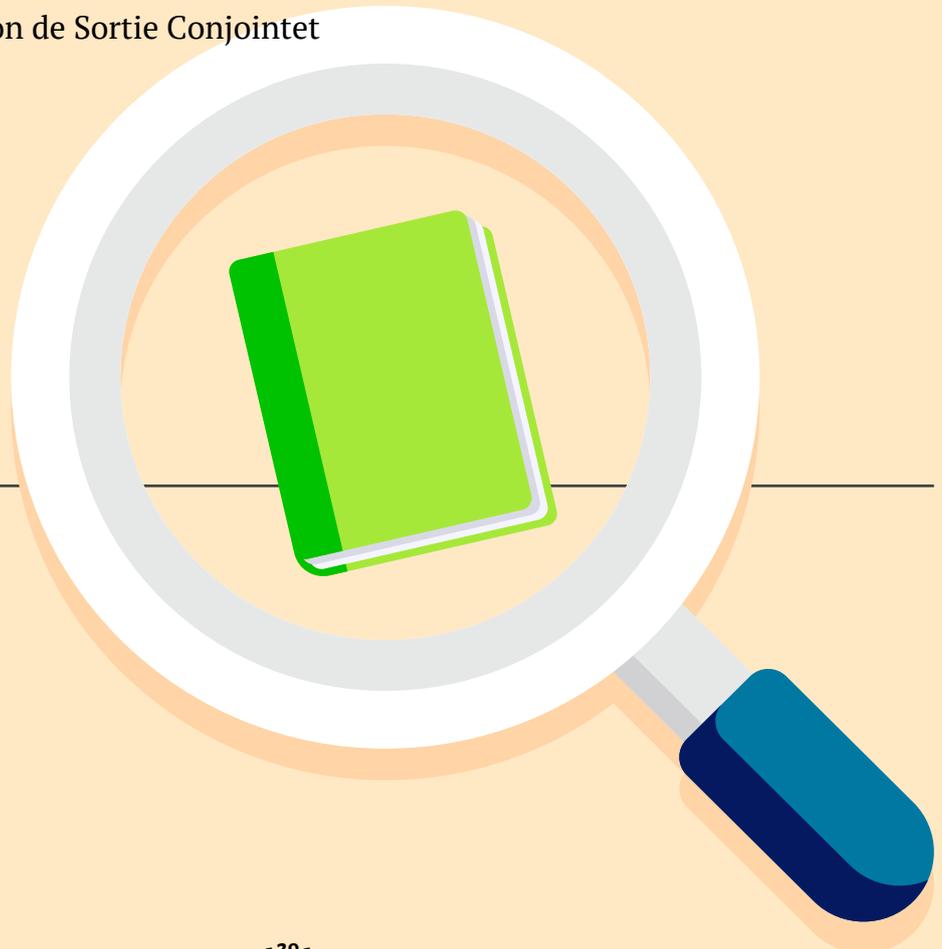
Le *reverse vesting* garantit que si un fondateur quitte l'entreprise avant la fin de sa période d'acquisition, une partie de ses actions sera transférée à un autre fondateur ou aux actionnaires existants. Ce mécanisme incite les fondateurs à rester engagés envers la startup pendant une période déterminée, en consacrant leur temps et leurs efforts exclusivement à l'entreprise.

Rôle de l'Agent d'Escrow:

Pour gérer en toute sécurité les actions soumises au *reverse vesting*, un agent d'escrow est désigné, et un accord d'escrow est signé. L'agent d'escrow agit comme une tierce partie impartiale, conservant les certificats d'actions en toute sécurité et les transférant à la partie concernée conformément aux instructions convenues.

Concepts Clés Dans Les Accords D'investissement

- Conditions Préalables
- Déclarations et Garanties
- Lettre de Divulgation
- Clause de Changement Defavorable Significatif
- Clause de Non-Concurrence
- Clause Anti-Dilution
- Le Clauses D'obligation de Sortie Conjointet



Concepts Clés Dans Les Accords D'investissement

Conditions Préalables

Lorsque les parties signent un accord d'investissement, elles s'engagent à respecter les obligations qui y sont énoncées. Cependant, la simple signature de l'accord ne suffit pas toujours pour finaliser la transaction. Certaines conditions doivent être remplies par la startup avant que la clôture ne puisse avoir lieu. Ces conditions, appelées conditions préalables, peuvent concerner des aspects opérationnels (par exemple, l'obtention d'un permis ou le règlement de dettes) ou des exigences légales (par exemple, l'approbation des autorités réglementaires).

Conditions opérationnelles:

Clauses de changement de contrôle

Certains contrats impliquant la startup peuvent inclure des clauses de changement de contrôle, permettant à la contrepartie de résilier unilatéralement l'accord en cas de changement dans la structure de propriété de la société.

Si ces contrats sont jugés essentiels pour les opérations de l'entreprise, les investisseurs peuvent exiger que les fondateurs ou la startup obtiennent des lettres de consentement des parties concernées. Ces lettres confirment que les contreparties n'exerceront pas leurs droits en vertu de la clause de changement de contrôle.

Si l'obtention de ces lettres est stipulée comme une condition préalable, les fondateurs doivent s'y conformer avant la finalisation de la transaction.

Approbatons réglementaires

Une autre condition préalable essentielle concerne l'obtention d'approbatons réglementaires si nécessaire.

Exemples:

1- Approbation des autorités de la concurrence: Si le transfert d'actions nécessite une approbation au titre de la législation sur la concurrence, les parties doivent obtenir l'autorisation des autorités compétentes pendant la période intérimaire. La clôture ne peut intervenir qu'après l'obtention de cette autorisation.

2- Transactions impliquant des entreprises technologiques en Turquie: Pour les transactions visant à acquérir des entreprises technologiques opérant sur le marché turc, menant des activités de R&D ou fournissant des services aux utilisateurs turcs, une approbation de l'Autorité de la concurrence est requise si les chiffres d'affaires des parties dépassent un seuil défini.

Déclarations et Garanties

Les déclarations et garanties constituent une partie significative des accords d'investissement. Elles sont, en termes simples, des garanties fournies par les fondateurs concernant les caractéristiques de leur entreprise. Les investisseurs attendent que la startup réponde à certains critères clés, et les fondateurs doivent fournir des assurances à ce sujet.

Déclarations et garanties typiques:

Les déclarations et garanties figurant dans un accord d'investissement incluent généralement les assurances suivantes:

- L'entreprise a obtenu toutes les autorisations et licences nécessaires pour ses opérations.
- Aucune tierce partie ne détient de droits sur les actions de l'entreprise.
- La société n'a aucune dette fiscale impayée.
- Aucune action en justice n'est en cours ou menacée contre l'entreprise.

- L'entreprise respecte la législation du travail.
- La société est légalement propriétaire de sa propriété intellectuelle ou dispose des licences nécessaires à son utilisation.
- Les parties disposent de la capacité et de l'autorité légales pour conclure l'accord.

Responsabilité en cas de déclarations inexactes

Si l'une des déclarations fournies dans l'accord s'avère inexacte, les fondateurs peuvent être tenus responsables. Dans ce cas, ils pourraient être obligés d'indemniser l'investisseur pour tout dommage résultant de ces inexactitudes.

Lien avec la Due Diligence

Les déclarations et garanties sont directement liées au processus de due diligence. Les risques identifiés lors de la due diligence jouent un rôle essentiel dans la définition de la portée des déclarations et garanties dans l'accord d'investissement. En abordant ces risques, les parties peuvent garantir une transaction plus transparente et bien structurée.

Lettre de Divuligation

Annexée à l'accord d'investissement, la lettre de divulgation détaille les exceptions aux déclarations. Ces exceptions précisent les situations pour lesquelles les fondateurs ne souhaitent pas assumer de responsabilité.

Les fondateurs ne sont pas responsables des éléments divulgués dans la lettre de divulgation. Cependant, si un élément divulgué présente un risque réel et significatif, les investisseurs peuvent exiger que les fondateurs assument la responsabilité pour ce sujet spécifique.

Clause de Changement Defavorable Significatif (MAC Clause)

La clause MAC accorde à l'investisseur le droit de se retirer de la clôture—autrement dit, le droit de ne pas acheter les actions concernées par l'investissement—si un changement défavorable significatif survient dans la startup avant la clôture.

Critères pour un changement défavorable significatif

Un changement défavorable significatif doit répondre aux critères suivants:

- Une condition ou une circonstance survient pendant la période intérimaire, différente de manière significative de celles existant au moment de la signature de l'accord.
- Ce changement est suffisamment important pour justifier le retrait de l'investisseur de la transaction.

Exemple: Des fluctuations importantes des taux de change dans le pays où opère la startup peuvent constituer un changement défavorable significatif.

Définition

- **Préférence des investisseurs :** Les investisseurs privilégient généralement des définitions larges et discrétionnaires, leur offrant une flexibilité pour déterminer si un changement défavorable significatif s'est produit.
- **Préférence des fondateurs :** Les fondateurs préfèrent des définitions étroites et objectives, basées sur des critères clairement définis (par exemple, la révocation d'une licence critique ou la résiliation d'un contrat clé).



- **Définitions personnalisées:** Une clause MAC standard ne peut être définie, chaque transaction ayant des dynamiques uniques et des considérations sectorielles spécifiques.

- **Évitez les litiges:** Si la définition d'un changement défavorable significatif n'est pas soigneusement élaborée, des litiges entre les parties sont presque inévitables.
- **Effet sur les négociations:** Les investisseurs utilisent souvent la clause MAC non pas pour se retirer entièrement de la transaction, mais comme levier dans les renégociations.

Clause de Non-Concurrence

La clause de non-concurrence est une disposition essentielle souvent négociée entre les investisseurs et les fondateurs de startups. Les investisseurs demandent généralement cette clause pour protéger leur investissement en limitant la possibilité pour les fondateurs de:

- Travailler dans des entreprises pouvant concurrencer directement les activités de la startup, ou
- Lancer de nouveaux projets dans des secteurs similaires

Le principal objectif de cette clause est de protéger le capital de l'investisseur ainsi que la propriété intellectuelle de la startup.

Perspective des fondateurs

Les fondateurs cherchent souvent à minimiser les restrictions imposées par les clauses de non-concurrence afin de préserver leurs perspectives de carrière et leur liberté entrepreneuriale. En cas d'échec de la startup ou s'ils souhaitent explorer d'autres opportunités, ils préfèrent garder la possibilité de se lancer dans de nouveaux projets.

Pour répondre à ces préoccupations, les fondateurs négocient généralement les aspects clés de la clause, tels que:

Durée: la durée pendant laquelle la clause reste en vigueur.

Portée: les secteurs ou activités spécifiques couverts.

Limites géographiques: les régions où les restrictions s'appliquent.

Trouver un équilibre

Les clauses de non-concurrence sont généralement conçues pour équilibrer la protection des intérêts de l'investisseur et la préservation des opportunités futures des fondateurs. *Ces clauses sont souvent:*

Limitées dans le temps: Par exemple, applicables pour la durée des opérations de la startup, avec quelques années supplémentaires après le départ des fondateurs.

Axées sur des secteurs ou régions spécifiques: Afin de ne pas restreindre indûment les fondateurs dans leurs initiatives futures.

Cette approche garantit que les investisseurs disposent d'une protection suffisante sans imposer de contraintes excessives aux fondateurs.

Clause Anti-Dilution

Dans une startup, les investisseurs peuvent voir leur pourcentage de participation diminuer (dilution) s'ils choisissent de ne pas participer à de futurs tours de financement ou augmentations de capital. Les clauses anti-dilution sont conçues pour protéger les investisseurs existants en garantissant que leurs pourcentages de participation restent inchangés lors des tours de financement ultérieurs.

Impact des clauses trop protectrices

Bien que les clauses anti-dilution protègent les investisseurs actuels, des dispositions excessivement protectrices peuvent dissuader les futurs investisseurs. Ces clauses risquent de rendre une startup moins attractive pour de nouveaux financements, ce qui pourrait compromettre sa capacité à attirer les fonds nécessaires à son développement.

Trouver un équilibre entre protection et croissance

Pour éviter ces défis, il est essentiel de rédiger des clauses anti-dilution équilibrées:

Protection des investisseurs: Assurer la sauvegarde des pourcentages de participation des investisseurs actuels.

Soutenir la croissance de l'entreprise: Maintenir une flexibilité pour attirer de nouveaux investisseurs et garantir une croissance durable de la startup.

En atteignant cet équilibre, les startups peuvent protéger leurs investisseurs existants tout en créant un environnement propice aux futures opportunités de financement.

Le Clauses D'obligation de Sortie Conjointe

La Clause Drag-Along (clause d'obligation de sortie conjointe)

La clause drag-along permet aux actionnaires majoritaires de « traîner » les actionnaires minoritaires dans la vente de leurs actions à un acheteur tiers. Cette clause, couramment incluse dans les accords d'investissement, donne aux actionnaires majoritaires le pouvoir d'obliger les actionnaires minoritaires à vendre leurs actions lorsque ces derniers reçoivent une offre pour l'ensemble des actions de la société.

Objectif et utilisation

Les droits de drag-along sont principalement octroyés aux actionnaires majoritaires dans le cadre de transactions de fusions et acquisitions (M&A). Cette disposition garantit que les actionnaires minoritaires ne peuvent pas bloquer la sortie des actionnaires majoritaires lorsqu'un acheteur potentiel souhaite acquérir l'intégralité de l'entreprise. Les investisseurs institutionnels insistent fréquemment pour inclure des clauses drag-along dans les accords afin de faciliter leur sortie.

Fixation d'un seuil de prix minimum

Lors de l'exercice des droits de drag-along, un seuil de prix minimum peut être fixé pour protéger les intérêts des actionnaires minoritaires et des fondateurs. Par exemple, l'utilisation du clause drag-along pourrait dépendre du fait que l'acheteur propose un prix spécifique minimum (ex. : X TL) pour l'ensemble de l'entreprise

Pour les fondateurs:

Fixer un prix minimum acceptable est crucial pour éviter de transférer le contrôle de l'entreprise à

une valeur bien inférieure aux attentes. Sans cette protection, les fondateurs risquent de perdre le contrôle à un prix sous-optimal, même lorsqu'ils croient pouvoir atteindre une valeur de sortie plus élevée.

Pour les investisseurs institutionnels:

Les investisseurs préfèrent éviter des conditions trop restrictives qui pourraient entraver leur capacité à sortir efficacement.

Trouver un équilibre

Il est essentiel de trouver un équilibre entre les intérêts des fondateurs et ceux des investisseurs institutionnels. Les fondateurs doivent s'assurer que les clauses drag-along sont alignés avec leur vision et protègent la valeur de l'entreprise, tandis que les investisseurs recherchent une flexibilité pour garantir une sortie raisonnable.

Déterminer un prix d'achat minimum mutuellement acceptable permet:

- Aux investisseurs d'obtenir une sortie équitable.
- Aux fondateurs de transférer le contrôle à une valeur satisfaisante.

La Clause Tag Along (clause de cession collective)

Fonctionnement

Avec le droit de tag along, si un acheteur tiers fait une offre pour acheter les actions de l'actionnaire majoritaire, les actionnaires minoritaires peuvent exiger que leurs actions soient également incluses dans la vente aux mêmes conditions.

Ce droit est particulièrement significatif pour les actionnaires minoritaires qui pourraient ne pas vouloir rester dans une entreprise après le départ de l'actionnaire majoritaire. Il leur permet également de bénéficier de l'opportunité de sortie offerte à l'actionnaire majoritaire.

Importance pour les investisseurs anges

Le droit de tag along est particulièrement important pour protéger les intérêts des investisseurs anges et autres actionnaires minoritaires. En garantissant qu'ils peuvent participer aux opportunités de

sortie aux mêmes conditions que les actionnaires majoritaires, ce droit offre une protection cruciale pour leurs intérêts.

Reverse Vesting

Le reverse vesting est un mécanisme conçu pour garantir que, si un fondateur quitte la startup avant la fin de sa période de vesting, une partie de ses actions sera transférée à d'autres fondateurs ou aux actionnaires existants.

Les investisseurs attendent des fondateurs qu'ils restent engagés envers la startup pendant une période donnée et qu'ils consacrent leur temps et leurs efforts à sa croissance. Le reverse vesting agit comme une incitation pour les fondateurs à rester avec l'entreprise tout au long de la période de vesting. Les fondateurs qui terminent leur période de vesting conservent leurs actions, tandis que ceux qui partent prématurément perdent les actions non acquises.

Vesting des fondateurs

Le concept de vesting est souvent utilisé pour les options d'achat d'actions attribuées aux employés, où les actions ne sont acquises qu'après une certaine période. Contrairement aux employés, les fondateurs détiennent déjà leurs actions dès le départ. Le terme reverse vesting est utilisé parce que les fondateurs doivent « regagner » les actions qu'ils détiennent déjà.

Si un fondateur quitte l'entreprise avant la fin de la période de vesting, ou dans certaines situations spécifiques définies dans l'accord (voir ci-dessous), ses actions non acquises doivent être transférées aux fondateurs restants ou à l'ensemble des actionnaires, proportionnellement à leur participation.

Reverse Vesting Period

La période de reverse vesting typique pour les fondateurs est de quatre ans. Cependant, cette période peut varier en fonction de plusieurs facteurs:

- Le temps écoulé depuis la création de la startup.
- Le fait que la startup ait déjà reçu un investissement.

Si la société a été fondée plusieurs années avant de recevoir l'investissement et a déjà atteint un certain niveau de développement, les fondateurs peuvent négocier pour que le temps écoulé depuis la création compte dans leur période de vesting.

Scénarios de départ : « Good Leaver » et « Bad Leaver »

Pendant la période de vesting, les circonstances dans lesquelles un fondateur peut perdre ses actions sont généralement catégorisées comme suit:

Good Leaver:

Situations indépendantes de la volonté ou de la faute du fondateur, comme des problèmes de santé.

Bad Leaver:

Situations découlant d'une faute du fondateur ou d'une violation contractuelle, comme le non-respect de la clause de non-concurrence dans le pacte d'actionnaires.

Pour éviter les litiges, il est important de définir clairement ces scénarios dans l'accord.

Prix d'achat des actions

Le prix des actions non acquises varie selon le scénario de départ:

Bad Leaver:

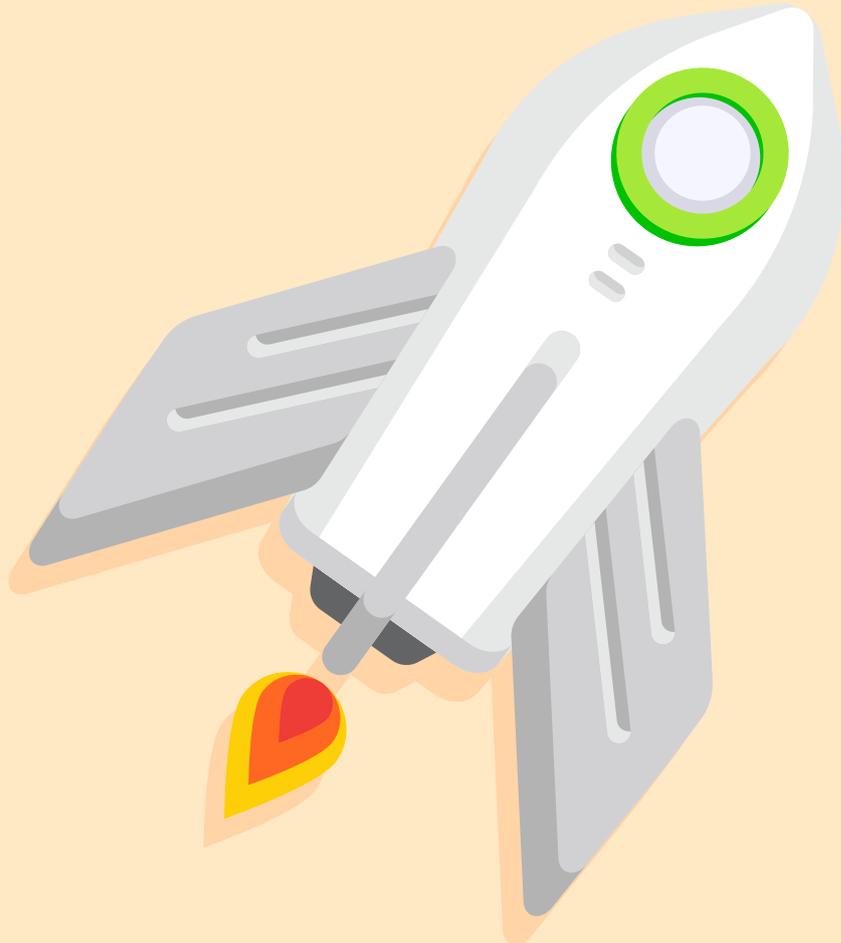
Le prix d'achat est généralement basé sur la valeur nominale des actions.

Rôle de l'acte de fiducie (escrow agreement)

Pendant la période de vesting, les certificats d'actions représentant les actions acquises sont conservés par un dépositaire conformément à un acte de fiducie. Au fur et à mesure que les fondateurs acquièrent leurs actions, le dépositaire leur transfère les certificats correspondants.

L'accord est Signé, Quid de la Suite?

- Étapes du Processus D'investissement
- Jour de Clôture



L'accord est Signé, Quid de la Suite?

Étapes du Processus D'investissement

Période Intérimaire

Lorsqu'un investisseur acquiert des actions par le biais d'une augmentation de capital, la date de signature de l'accord et la date à laquelle l'investissement est finalisé diffèrent souvent. La date à laquelle l'investissement est légalement et pratiquement exécuté est connue sous le nom de « date de clôture » (closing date). La période entre la date de signature et la date de clôture est appelée la « période intérimaire ».

- Lors de la signature de l'accord, les parties s'engagent à respecter les obligations qui y sont énoncées. Cependant, la signature seule ne suffit pas toujours pour conclure la transaction. Certaines conditions doivent être remplies par l'une ou l'autre des parties avant la clôture.
- Ces conditions préalables peuvent inclure des aspects opérationnels, tels que l'obtention d'un permis d'exploitation ou le règlement de dettes auprès de tiers, ou des exigences légales, comme l'approbation des autorités de la concurrence ou d'autres organismes réglementaires.

La période intérimaire est le temps nécessaire pour satisfaire ces conditions préalables.

Restrictions Pendant La Période Intérimaire

Pendant la période intérimaire, les actionnaires existants sont soumis à des restrictions concernant leurs actions et la société pour garantir que la situation de l'entreprise reste cohérente entre la signature et la clôture. Les actionnaires sont tenus de gérer l'entreprise comme à l'accoutumée et de maintenir son état.

Les accords régissant cette période imposent généralement les restrictions et obligations suivantes :

- Pas de nouvelles dettes en dehors des activités courantes.

- Pas de résiliation de contrats importants avec des clients ou fournisseurs clés.
- Pas de cession ou d'hypothèque d'actifs mobiliers ou immobiliers.
- Pas d'augmentation des salaires des dirigeants ou d'embauche de nouveaux cadres.
- Pas de modification des statuts de l'entreprise ni d'augmentation de son capital social.

Équilibrer les intérêts

Les investisseurs cherchent à maintenir la stabilité de l'entreprise pendant cette période, tandis que les fondateurs souhaitent conserver une certaine flexibilité pour gérer les opérations. Trouver un équilibre est essentiel, car des mesures trop restrictives peuvent entraver les activités normales de l'entreprise.

Jour de Clôture (Closing Day)

La période intérimaire se termine à la date de clôture. Le terme « clôture » désigne le moment où la transaction—dans ce cas, l'investissement—est finalisée sur le plan légal et pratique

Que se passe-t-il le jour de la clôture?

Assemblée Générale:

Puisque l'investissement implique une augmentation du capital social et l'allocation d'actions nouvellement émises à l'investisseur, une assemblée générale est tenue pour:

- Approuver l'augmentation de capital.
- Modifier les statuts de la société.



- Un représentant du ministère doit assister aux assemblées générales approuvant les augmentations de capital. Lors de la planification de la date de clôture, tenez compte du délai nécessaire pour demander la nomination de ce représentant.
- Seuls les actionnaires actuels assistent à l'assemblée et signent les documents connexes.
- Les bureaux du registre du commerce peuvent exiger que l'investisseur signe un engagement de participation pour enregistrer la résolution de l'assemblée générale.



- Effectuez cette étape avant l'assemblée générale pour éviter tout retard.
- S'il y a plusieurs investisseurs, organisez et coordonnez le paiement de tous les montants d'investissement en temps opportun.

Enregistrement de l'Assemblée Générale:

Après l'assemblée générale, le procès-verbal signé et les autres documents requis sont soumis au bureau du registre du commerce compétent pour enregistrement.



- Le blocage sur le montant de l'investissement ne peut être levé, et les fonds ne peuvent être utilisés par la société tant que l'enregistrement n'est pas terminé.
- Les certificats d'actions destinés à l'investisseur ne peuvent être préparés qu'après l'enregistrement de l'assemblée générale.

Paiement du montant de l'investissement:

Le montant de l'investissement doit être déposé sur le compte bancaire de la startup, et une lettre de blocage doit être obtenue de la banque pour enregistrer la résolution de l'assemblée générale.

Hazırlayanlar



Deniz Eray Harvey

Deniz Eray Harvey est diplômée du Lycée de Galatasaray et a obtenu son diplôme en droit à l'Université Panthéon-Sorbonne à Paris. Elle a ensuite poursuivi un master en droit bancaire et financier à Queen Mary, Université de Londres. Deniz a travaillé pendant près de dix ans dans l'un des principaux cabinets d'avocats d'Istanbul, représentant de nombreux clients locaux et internationaux. Lors de ses études de master à Londres, elle a exercé

en tant qu'avocate invitée au sein du département Dette et Marchés de Capitaux chez Linklaters LLP, l'un des cabinets du Magic Circle.

Membre du Barreau d'Istanbul depuis 2008, Deniz est également affiliée à la Chambre de Commerce et d'Industrie Franco-Turque (CCI France Turquie) et au Club Sportif de Galatasaray. De plus, elle occupe le rôle d'Ambassadrice de la French Tech Istanbul.



Murat Peksavaş

Murat Peksavaş a débuté sa carrière professionnelle en 1997 au sein du département de planification stratégique de Koç Holding, où il a joué un rôle clé en tant que cadre supérieur en lançant le Programme d'Innovation Koç. Dans ce cadre, il a dirigé la conception et la mise en œuvre de programmes d'intrapreneuriat et d'innovation ouverte pour diverses entreprises du Groupe Koç.

Murat a également été membre du Comité d'Investissement et du Conseil d'Administration d'Inventram, une société du Groupe Koç spécialisée dans les investissements en haute

technologie. Investisseur providentiel agréé et conférencier TRDx, il a présidé pendant 16 ans le Groupe de Travail sur l'Écosystème Entrepreneurial au sein de TÜSİAD. Actuellement, il siège au Conseil d'Administration de la French Tech Istanbul.

Murat Peksavaş est diplômé de la Faculté des Sciences Politiques de l'Université d'Ankara et a obtenu un master à l'Université Panthéon-Sorbonne à Paris. Il est également qualifié en tant qu'Agent de Marques et Brevets en Turquie ainsi qu'en tant qu'Agent de Brevets Européens.

HARVEY ARASAN

Harvey Arasan

İstanbul: Şakayık Sok. No.32 D.10 K.7 Teşvikiye, Şişli, 34365

Paris: 11 Boulevard de Sébastopol 75001 Paris

Tel: +90 212 931 77 48

info@harveyarasan.com

www.linkedin.com/company/harveyarasan/

B INOVATIVE

Empowering Innovation

İnovasyon Çözüm Ortağınız

İstanbul: (Merkez Ofis) Uğur Sokak No:14 Üsküdar

Ankara: Kuloğlu sok. 17/10 Çankaya

Paris: 47, Boulevard de Courcelles, 75008

Tel: +90 544 298 36 00

info@binovative.com

www.linkedin.com/company/binovative/