

CENTRALIENS ENTREPRENEURS

JUIN 2015

A. AELIOS et FRENCHFUNDING

A. AVEC QUI LEVER DES FONDS

B. FACTEURS DE SUCCES POUR LEVER

Le one-stop-shop du financement startup

EQUIPE :

3 spécialistes des levées de fonds, M&A et financement public avec un passé d'entrepreneur

- 20 levées de fonds réalisées
- 10 opérations de cession
- 20 startups accompagnées pour le financement public

REFERENCES



Aelios Finance, des entrepreneurs au service d'entrepreneurs

LA BANQUE D'AFFAIRES INDEPENDANTE DE REFERENCE DES PME / ETI :

- 3 métiers : Levée de fonds, LBO, M&A (cession, transmission et acquisition)
- 10+ expérience, 250+ transactions en France et à l'international
- 23 professionnels dont 11 Directeurs associés implantés à Paris et en régions (Sud-Ouest, Grand-Ouest & PACA)
- Généraliste avec des expertises sectorielles fortes : Technologie & Logiciel, Media & Internet, Santé, Retail & Mode, Matériaux de construction ou encore Services aux particuliers (Crèches, maintien à domicile, cliniques, SAP ...).
- 1 Joint-Venture Tech. connectée avec la Silicon Valley, WCP Aelios (Palo Alto, Californie)
- 45+ correspondants privilégiés dans le monde via l'alliance M&A International Inc. (1400 transactions en 5 ans)

SELECTION REFERENCES 2015 & 2014 :



AVEC QUI LEVER DES FONDS ?

1. Environnement financier

1. Qui sont les investisseurs actifs en France ?

1. A quel stade et pour quel montant ?

1. Comment fonctionnent-ils ?

1. Quel profil d'entreprise recherchent-ils ?

the
world's leading
M&A alliance

M&ATM
INTERNATIONAL

NORTH AMERICA

SOUTH AMERICA

EUROPE

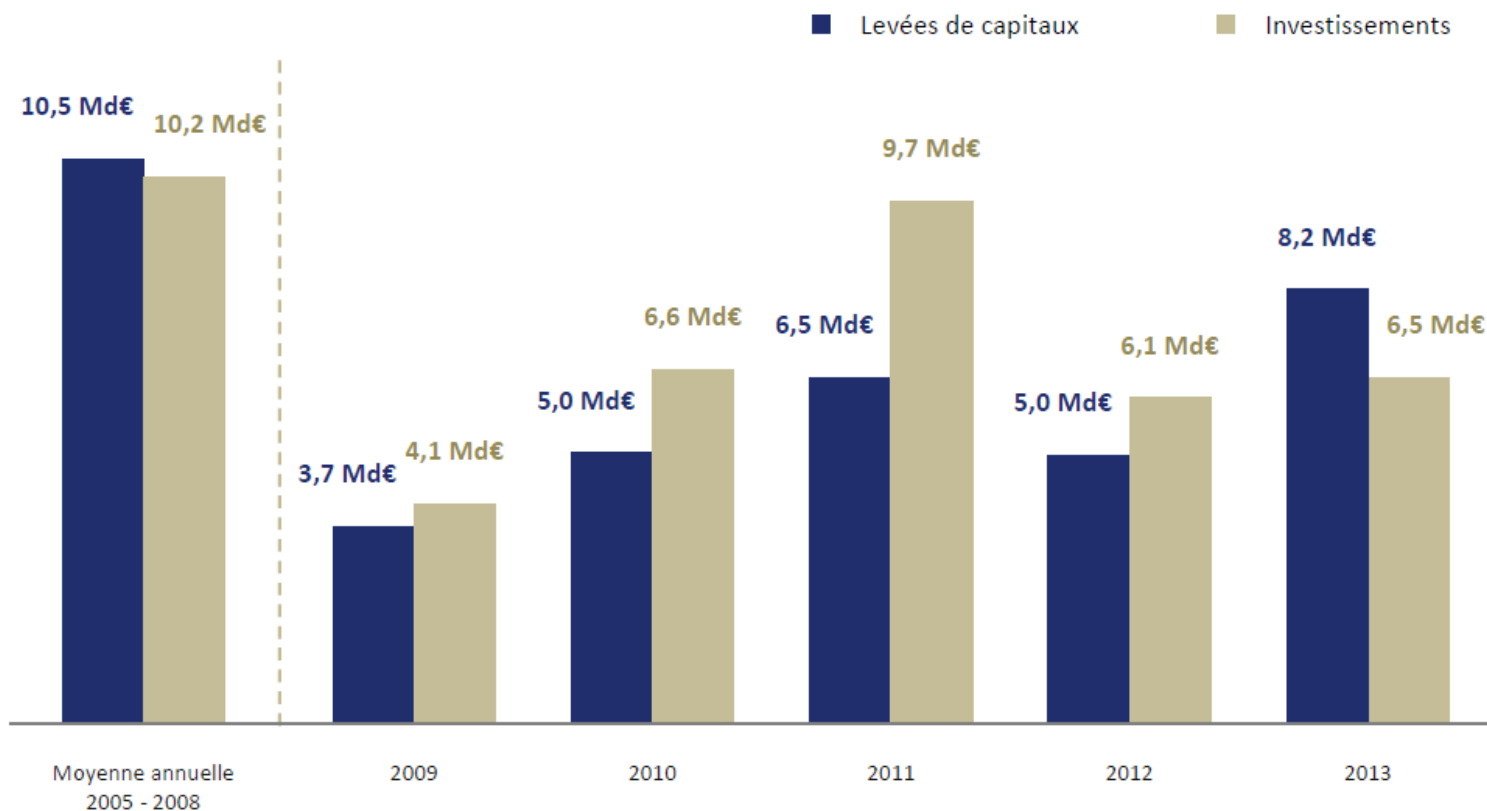
AFRICA

ASIA

AUSTRALIA

1) Analyse de l'environnement financier

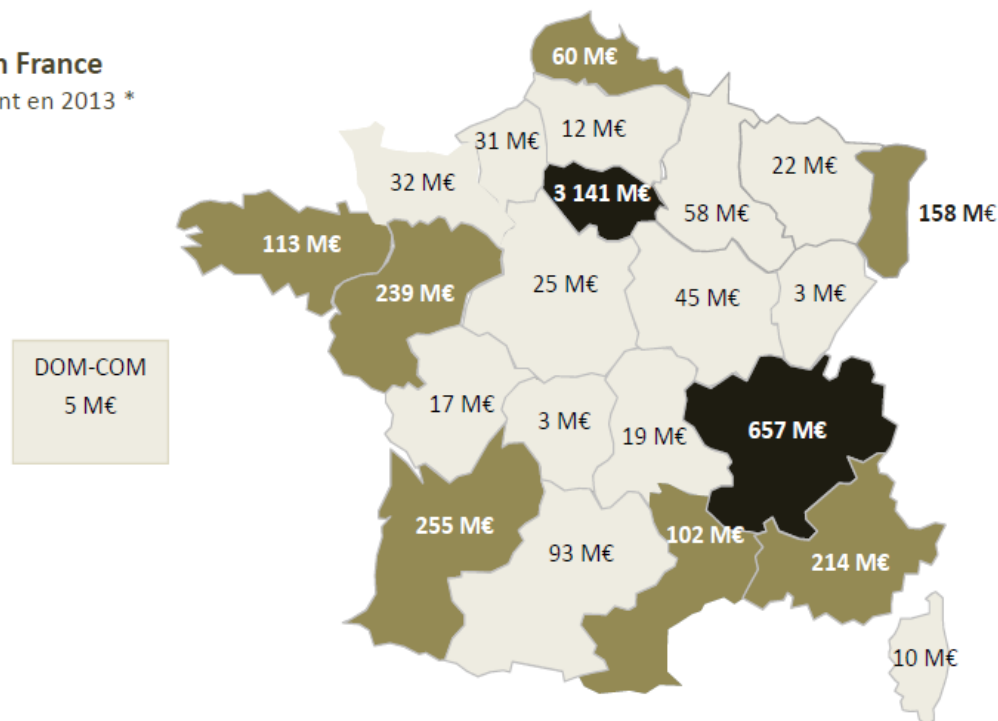
Un redressement grâce à une levée exceptionnelle et une fin d'année dynamique



Source : AFIC / Grant Thornton

Prépondérance de l'Ile-de-France et de la région Rhône-Alpes

5 315 M€ investis en France
par le capital-investissement en 2013 *



* Chaque entreprise est affectée à la région de son siège social

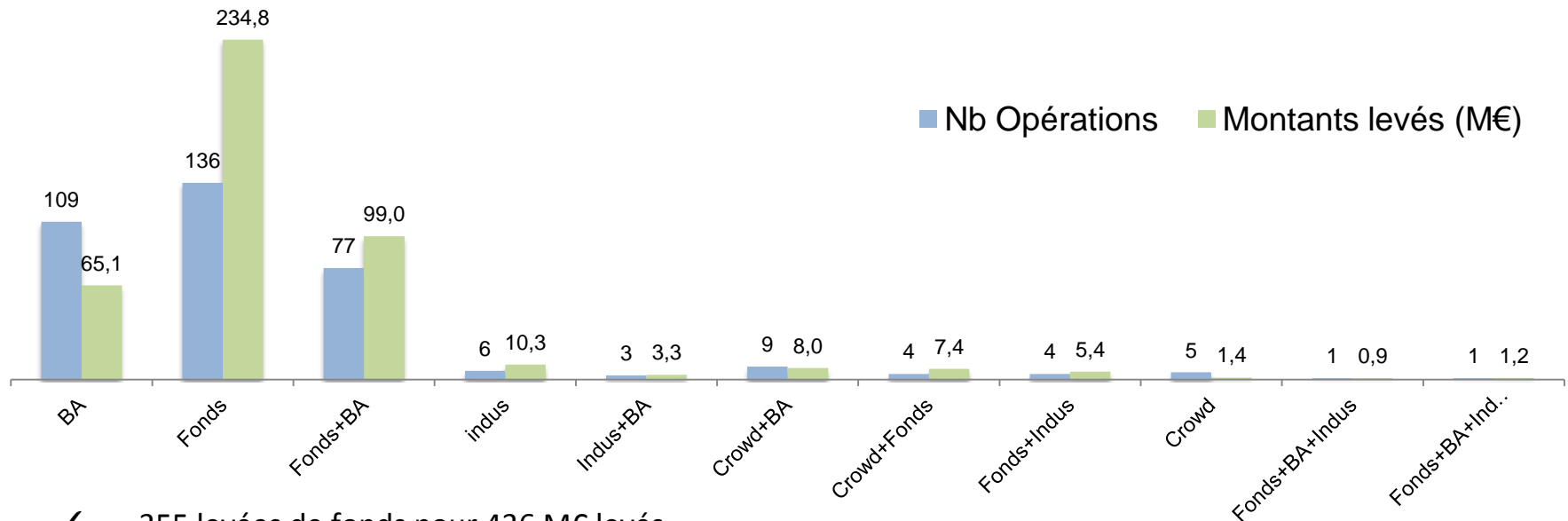
Source : AFIC / Grant Thornton

QUI SONT LES INVESTISSEURS ACTIFS (EARLY STAGE) ?

- ✓ 40 fonds d'investissements en capital risque
 - *FCPR classiques généralistes, FCPR FNA, Fonds fiscaux, Fonds d'entrepreneurs, fonds régionaux, corporate ventures*
- ✓ 4000 Business Angels + qq family office
 - *Via le crowdfunding, en réseau ou indépendant*
- ✓ Investissent **400** M€ par an en amorçage ou risque chaque année
- ✓ Financent **350** startups en amorçage ou risque chaque année

A QUEL STADE ET POUR QUEL MONTANT

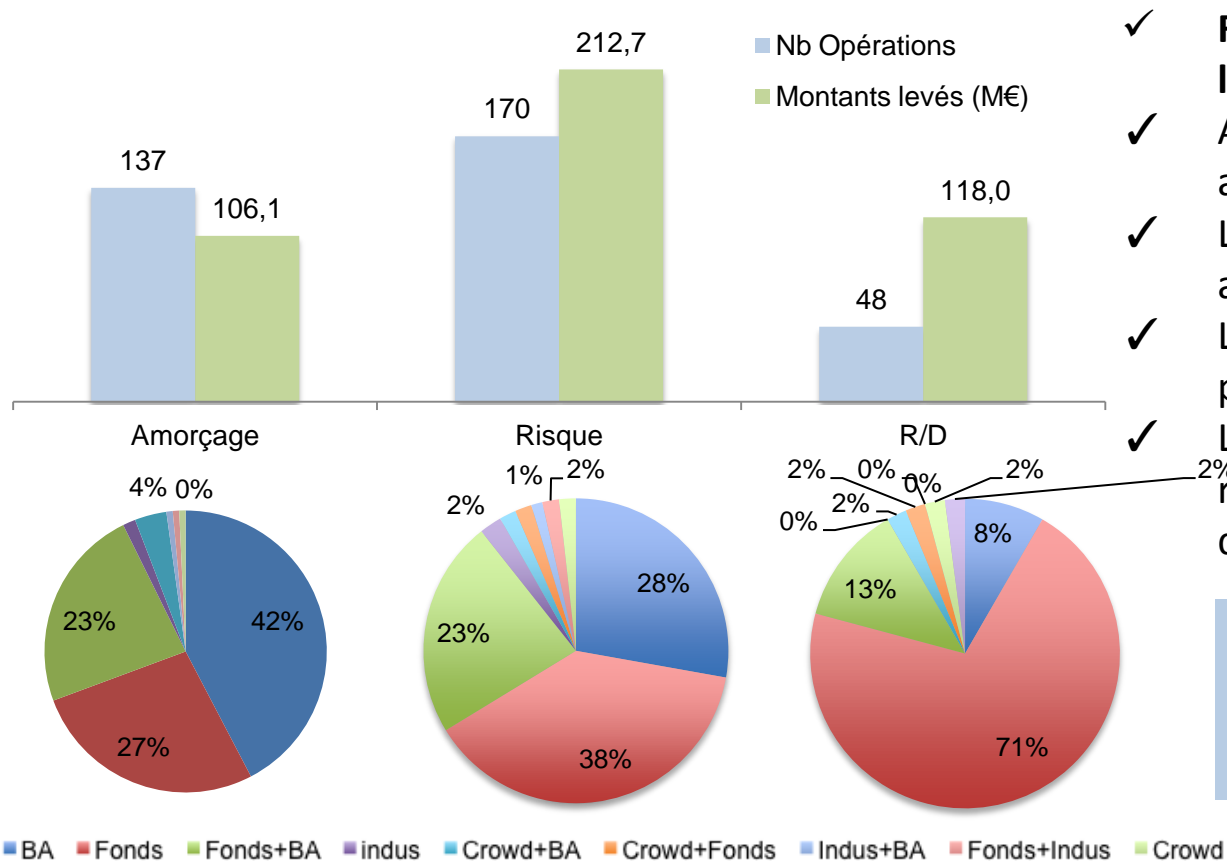
TYPES D'INVESTISSEURS



- ✓ 355 levées de fonds pour 436 M€ levés
- ✓ **Fonds et BA vrais moteurs du financement à part équivalente**
- ✓ Les fonds seuls représentent 38% des deals et 53% des montants
- ✓ Explosion du rôle des BA individuels fortunés (30%) (importance du réseau)
- ✓ Essor des levées Fonds+BA (20%) et des levées multi acteurs 28%
- ✓ Démarrage du Crowd (20 deals) et apparition des industriels (9 deals)

Source frenchfunding : levées de fonds tech et web > 100k€ en France annoncées dans les media de juin 2014 à mai 2015 pour des startups de moins de 3M€ de CA.

A QUEL STADE ET POUR QUEL MONTANT MATURITÉ ET TYPOLOGIE D'INVESTISSEURS



- ✓ Répartition équilibré du trio dans l'amorçage et le risque
- ✓ Amorçage possible avec ticket assez élevé
- ✓ Les BA centraux dans l'amorçage avec 67% des deals
- ✓ Le FNA et les fonds régionaux principalement pour amorçage
- ✓ Les BA toujours présents dans le risque impliqués dans 50% des deals

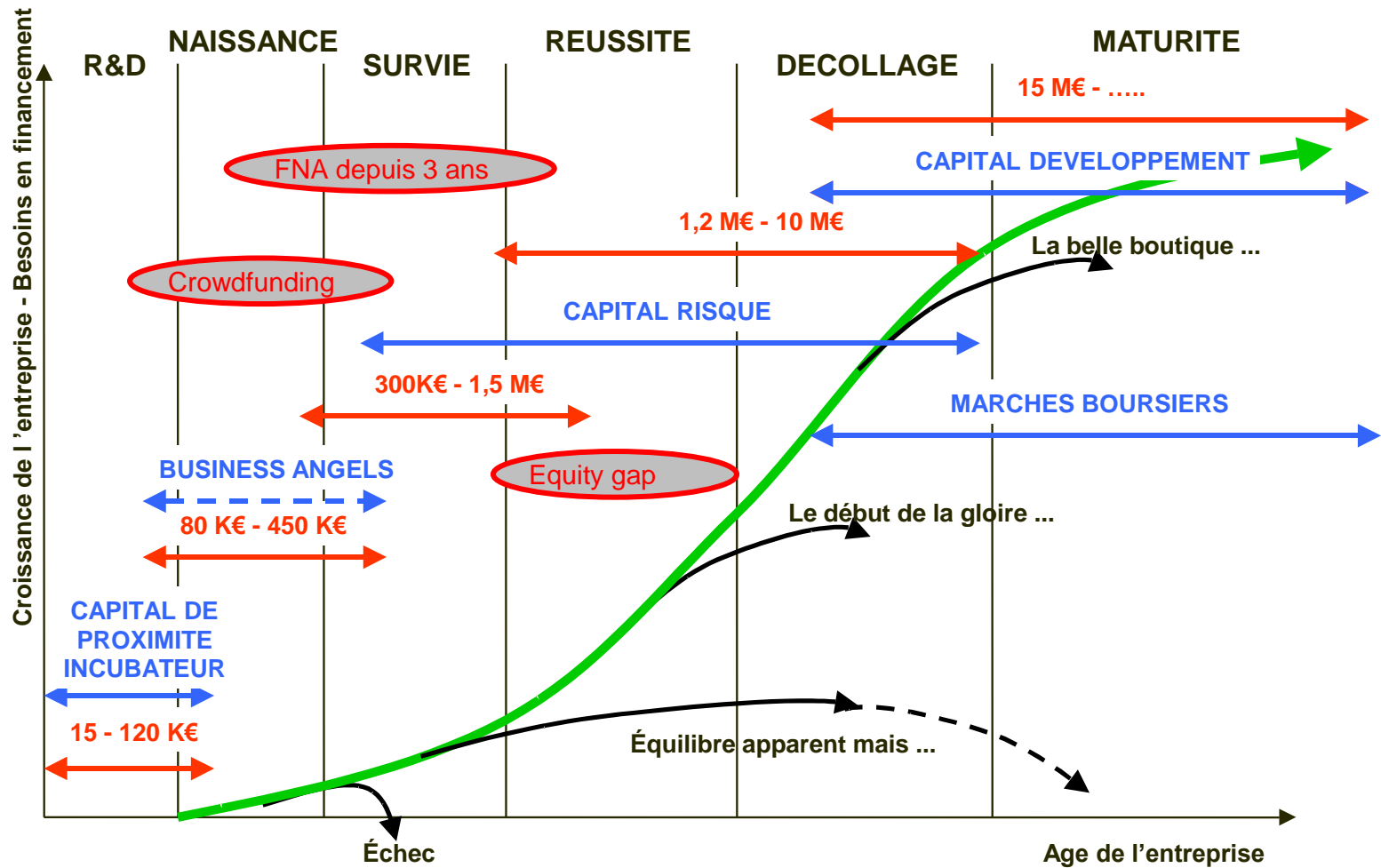
- Amorçage : peu ou pas de CA
 - Risque : CA < 1M€
 - R/D : 1M€ < CA < 3M€
- Source frenchfunding

COMMENT FONCTIONNENT-ILS ?

	Fonds	BA en réseau	BA indépendants	BA en Crowdfunding
Intensité dealflow	<ul style="list-style-type: none"> • 1000 à 1500 dossiers reçus par an 	<ul style="list-style-type: none"> • 800 à 1000 dossiers reçus par an 	<ul style="list-style-type: none"> • Faible 	<ul style="list-style-type: none"> • Moyen plateforme • Faible pour BA
Caractéristiques	<ul style="list-style-type: none"> • Equipe réduite, temps précieux • Gestion pour compte de tiers • 2 à 5 nouveaux invest. Par an • Spécialisé • Ticket de 500k à 4 M€ • Attend *3 à *5 sur 5 ans • Logique de portefeuille 	<ul style="list-style-type: none"> • Equipe administrative + 50 à 100 BA • 2 à 5 nouveaux invest. Par an • Ticket de 100k à 200k 	<ul style="list-style-type: none"> • Fonctionne avec son réseau perso • Investi dans ses domaines d'expertise ou pour défiscaliser • 1 à 2 nouveaux invest. Par an • Ticket de 20k à 200k 	<ul style="list-style-type: none"> • Levée souvent en complément d'une autre démarche • Fonctionne avec ou sans holding • Réuni de nombreux BA • Ticket de 100k à 300k
Processus de décision	<ul style="list-style-type: none"> • Collegial • Long 	<ul style="list-style-type: none"> • Pseudo collegial • Long 	<ul style="list-style-type: none"> • Individuel • Rapide 	<ul style="list-style-type: none"> • Collegial puis individuel • Long

QUEL PROFIL D'ENTREPRISE RECHERCHENT-ILS ?

Fonds	BA en réseau	BA indépendants	BA en Crowdfunding
<ul style="list-style-type: none"> • Critères spécifiques à chaque fonds <ul style="list-style-type: none"> ✓ Secteur ✓ Région ✓ Maturité • Critères communs à chaque fonds : une entreprise capable de faire *3 à *5 à leur investissement en 5 ans <ul style="list-style-type: none"> ✓ Potentiel ✓ Différenciation ✓ Rassurance ✓ Sortie ✓ Tendance 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sélection PDR ✓ Coup de cœur ✓ Affinité personnelle sectorielle 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coup de cœur ✓ Affinité personnelle sectorielle <p>Ou</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Un investissement recommandé par un tiers de confiance 	<ul style="list-style-type: none"> • Compréhensible grand public • Importance de la solidité du business • Pas ou peu d'amorçage, sauf model kickstarter



LE PARCOURS DE LEVEE DE FONDS

1. Les facteurs de succès

1. Le business plan

2. Le teaser

FACTEURS DE SUCCES #0 : UNE STRATEGIE DE FINANCEMENT PRAGMATIQUE

- ✓ Vision des séquences de développement
- ✓ Détermination du montant à lever
- ✓ Choix des investisseurs cibles

FACTEURS DE SUCCES #1 : UN BUSINESS « PDRS »

- ✓ Potentiel
- ✓ Différentiation / Barrière à l'entrée
- ✓ « Rassurance » - Traction et équation de croissance
- ✓ Sortie

FACTEURS DE SUCCÈS #2 : UNE PROPOSITION D'INVESTISSEMENT COHÉRENTE

- ✓ Un besoin de financement correspondant au marché et à ses besoins opérationnels
- ✓ Une valorisation dans le « marché »
- ✓ Une promesse de multiple potentielle respectant les attentes de l'investisseur

FACTEURS DE SUCCES #3 : LE KAIROS

- ✓ Avoir 9 à 12 mois de trésorerie
- ✓ Avoir de la traction au moment t
- ✓ Avoir un plan de communication de bonnes nouvelles business à distiller sur 6 mois (maintien de la traction, pipe alimenté, signature de nouveaux clients/partenaires)
- ✓ Faire une démarche simultanée

FACTEURS DE SUCCES #4 : 3 PITCHS PARFAITS

- ✓ **Le concept pitch (3 mots)**
 - Le bon coin « mobile »
 - Le oscar de l'électroménager

- ✓ **L'elevator pitch (1 min) et le one pager**
 - L'accroche pour décrocher un rdv investisseur

- ✓ **Pitch deck (20 min)**
 - 10-15 slides
 - Simplicité, Rassurance, Ambition

FACTEURS DE SUCCES #5 : SE FAIRE RECOMMANDER

- ✓ Un investisseur a besoin de confiance
- ✓ Un investisseur a peu de temps
- ✓ Ne considère que les BP apportés par son réseau
- ✓ Les autres BP sont mal ou pas discriminés

the
world's leading
M&A alliance

M&ATM
INTERNATIONAL

NORTH AMERICA

SOUTH AMERICA

EUROPE

AFRICA

ASIA

AUSTRALIA

6) L'exercice obligé du business plan

Avant de rédiger, aboutir les réflexions clé :

- Marché, acheteur et donc produit ... et non l'inverse ! Le produit ou la technologie répond à une véritable attente identifiée, « douloureuse » et vaste. A l'inverse le concept « mon produit est tellement génial que les gens vont évidemment l'acheter » ... ne fonctionne pas.
- En conclusion avoir un « **must have** » et non un « **nice to have** »
- Analyser la concurrence actuelle et future. La concurrence est celui qui fait la même chose au même moment ou qui peut décider de le faire demain ! En conclure le positionnement. D'où les forces et faiblesses du projet puis mise en valeur des barrières à l'entrée
- Une équipe constituée, légitime et expérimentée capable d'assurer l'exécution
- Quel est le terrain de jeu ? Quel mode opératoire ?
 - Le développement commercial : quelle démarche ?
 - Qui s'en occupe avec quelle légitimité ? Le choix de cette fonction est essentiel : quand c'est le "maillon faible", c'est tout le projet qui s'écroule
 - Les moyens doivent être cohérents .Les coûts d'implantation d'une filiale en Europe, en Asie ou aux USA sont très différents. La réussite de l'implantation dépend AUSSI de la bonne connaissance des schémas socio-culturels locaux

Chaque opération a son business plan mais les éléments de base sont toujours les mêmes :

- L'équipe
- Le problème
- La solution donc l'offre
- Les bénéfices apportés
- L'évaluation du marché ciblé
- Le business Model
- Les testimoniaux clients
- L'environnement concurrentiel
- Historique et réalisations de la société
- La stratégie immédiate post opération
- L'opération proposée
- Les prévisions financières

L'équipe

- Identifier les fonctions essentielles
- Chacun à son poste
- Des responsabilités clairement définies... et réparties !
- Les profils doivent être légitimes
- Expérience en rapport avec l'enjeu de tâche
- Peu importe l'âge, penser plutôt aux références
- Un exposé court et montrant l'expérience de chacun





Web Geo Services
Levée de fonds

Levée de fonds :

1^{er} Tour 3 M€

Highlights :

- Un CA 2010 de 250 k€ en 6 mois de vente et des **prévisions 2011 à 1,1 M€**
- Une plateforme **plébiscitée par plus de 28 Grands Comptes prestigieux** : des agglomérations, des conseils généraux et des grandes entreprises dont...







- Une équipe de **22 personnes dont 20 des effectifs consacrés à la R&D**
- Une **performance commerciale en explosion**
 - Un doublement du portefeuille en 6 mois qui atteint 5 M€
 - Un taux de transformation à 70%
- Les **fondateurs de WGS**, grâce à leur expérience chez ESRI pendant 10 ans, ont su **baser un réseau d'acteurs majeurs du SIG**. WGS grandit : son développement en Europe

Actionnariat :



Axes de développement :

Les fonds levés viendront **accélérer le développement de Web Geo Services :**

- Renforcer les capacités de R&D** de WGS afin de conserver son avance technologique
- Structurer les équipes Produit** (Technologie - Métiers), **Commerce/Marketing France** (mise en place d'une équipe Grands Comptes) et **Commerce International** (mise en place d'une Direction Internationale)

Web Geo Services, leader SaaS de la géographie sur le web

Sur un marché SIG vieillissant qui n'a pas connu de révolution informatique depuis plus de 10 ans, WGS innove et permet de partager et recevoir des informations géographiques dans un environnement interactif

La géographie au cœur du Web de demain...

- Ces dernières années, le web s'est emparé de la géographie sous sa forme la plus simple : fournir des cartes sur l'ensemble de la planète pour permettre à un internaute de se localiser ou se déplacer
- Alors longtemps réservés aux scientifiques et ingénieurs, les **Systèmes d'Information Géographiques (SIG) s'ouvrent ainsi à un nouveau public, bien plus nombreux et puissant**
- Les fondateurs de Web Geo Services (WGS), Mathias FLUTI et Jean-Thomas ROUZIN, ayant constaté l'appropriation particulièrement rapide de la géographie par les internautes, sont convaincus que ce phénomène n'est que le prétexte d'une **vague puissante qui conduira la géographie à s'installer au cœur des applications quotidiennes du web et du mobile**
- L'ambition de WGS est de fournir aux collectivités locales / territoriales, grandes entreprises nationales et PME, et opérateurs de services (télécom, eau, assainissement, propreté, énergies renouvelables) des outils géographiques Métiers simples, performants, économiques et non intrusifs
- La **plateforme SaaS de WGS est le 1^{er} plateforme internet de services collaboratifs géographiques**, confiant une simplicité et une rapidité de mise en œuvre sans égal dans la donnée. La portail WGS permet de **partager et recevoir des informations géographiques dans un environnement interactif**, à l'intérieur comme à l'extérieur d'une organisation

WGS, un positionnement unique dans l'environnement SIG...

- WGS Portal est un **agrégateur géographique** qui simplifie la publication de données SI et apporte une **gestion des contenus géographiques innovante** permettant l'échange de milliers de cartes
- WGS démocratise les usages de la géographie** en faisant tomber les barrières techniques, économiques et ergonomiques du SIG actuels
- Le modèle SaaS, offrant un ROI presque immédiat, permet de répondre à des problématiques Métier complexes par des interfaces simples et ergonomiques
- Une **équipe managériale expérimentée, complémentaire et spécialiste du SIG**
 - Mathias FLUTI – Président, 35 ans : Co-fondateur de WGS, il travaille depuis 1998 dans le secteur des SIG d'abord au sein de l'Institut Géographique National puis chez ESRI France. Mathias est ingénieur de l'Ecole Nationale des Sciences Géographiques (ENSG) et diplômé de l'ESSEC
 - Jean-Thomas ROUZIN – Directeur Général, 34 ans : Co-fondateur de WGS, il a fait carrière depuis 1998 chez ESRI France. Jean-Thomas est titulaire d'un DESS Systèmes d'Information Géographiques (Caen) et diplômé de HEC en marketing

Modèle économique SaaS : visibilité des revenus et rentabilité...



- Créé il y a deux ans, WGS commercialise depuis juillet 2010 une **offre B to B** à destination des entreprises et collectivités locales qui s'acquittent d'un **abonnement annuel**. WGS a remporté **100% des appels d'offre** sur lesquels la société s'est positionnée
- En croissance de +15% par an, le marché mondial du SIG est estimé à 18 milliards d'euros, dont un tiers pour le continent européen et 600 ME pour la France

Avertissement

L'aspect de cette note est le résultat de mesures préventives de confidentialité. Si vous êtes le destinataire de cette note, vous êtes informés que le contenu de cette note est confidentiel et peut contenir des informations privilégiées. Si vous n'êtes pas le destinataire de cette note, vous êtes informés que le contenu de cette note est confidentiel et peut contenir des informations privilégiées. Si vous n'êtes pas le destinataire de cette note, vous êtes informés que le contenu de cette note est confidentiel et peut contenir des informations privilégiées. Si vous n'êtes pas le destinataire de cette note, vous êtes informés que le contenu de cette note est confidentiel et peut contenir des informations privilégiées.

Corporate Finance | Transaction contacts

Si vous souhaitez obtenir des informations complémentaires sur la société, merci de contacter les personnes dont le nom est indiqué ci-dessous :

Aelios Finance
1, boulevard Malesherbes
75008 Paris – France
tel : +33 1 43 12 32 12
fax : +33 1 43 12 32 22

Pascal BONO
Partner
pb@aeliosfinance.com
+33 6 77 20 09 11

Version: 07/04
Partener
www.aeliosfinance.com
+33 6 60 50 29 34

Confidential information
This document contains confidential information. It is intended for the sole use of the recipient. If you have received this document in error, please contact the sender immediately. This document is confidential and may contain information that is proprietary to the sender. It is intended for the sole use of the recipient. If you have received this document in error, please contact the sender immediately. This document is confidential and may contain information that is proprietary to the sender.

a member of  

The world's leading M&A alliance: Amsterdam | Houston | Baltimore | Barcelona | Beijing | Bonn | Boston | Bucharest | Chicago | Cleveland | Copenhagen | Dallas | Dublin | Frankfurt | Geneva | Hong Kong | London | Los Angeles | Madrid | Milan | New York | Oslo | Paris | Philadelphia | Prague | Richmond | Rio de Janeiro | Seoul | Sao Paulo | Singapore | Stockholm | Sydney | Tallinn | Tokyo | Toronto | Taipei | Warsaw | Vilnius