

UCL

Université
catholique
de Louvain

Louvain School of Management (LSM)



LOUVAIN
School of Management

*Comment déterminer le mode de financement le plus adapté
pour les start-ups en Belgique lors de la phase de lancement ?*

Mémoire réalisé par
Lonez Mathilde

En vue de l'obtention du titre de
Master 120 crédits en Sciences de gestion/Ingénieur de gestion

Promoteur(s)
Percy Thierry

Année académique 2017-2018

Tout d'abord, nous tenons à remercier notre promoteur, le professeur Thierry Percy, pour son encadrement et pour nous avoir laissé traiter un sujet qui suscite un grand intérêt de notre part.

Ensuite, nous remercions également toutes les personnes qui ont collaboré avec nous et qui nous ont accordé du temps pour répondre à nos questions, partager leurs expériences et leurs avis.

Enfin, nous remercions nos proches et nos familles qui, par leur soutien et leurs conseils, ont contribué à la réalisation de ce mémoire.

Alain Etienne – Kazidomi

Thibaut Claes – WING by digital Wallonia

Grégoire Philippe – Professeur à l’Université Catholique de Louvain-la-Neuve

Sophie Neu – Yncubator Louvain-la-Neuve

Maxence Renard – Fodalytics

Sylvain Lejeune – Betrail

Vincent Vandemeulebroucke – Exclusive Event SNC

Lucie Thieule – Les Débrouillardes

Cédric Neve – Digiteal

Jérémy Tondeur – 4 Your Party

Raphaël Dupriez – Little Food

Laurent Karim – Zendo

Nicolas Casula – Itinari

Edoardo Camilli – Hozint

Jonathan Schockaert – ListMinut

Thibaut Roberti – Lawbox

Sébastien Leempoel – Riaktr

Samuel Meirlaen – Big Boy Systems

Killian Lafont – inno4events

Kévin Tillier - Myskillcamp

Frédéric Lecat – Mymachinerycash

André Couchard – CoTools

Ainsi que toutes les autres personnes qui nous ont aidés lors de nos interviews.

Table des matières

INTRODUCTION	1
<hr/>	
PARTIE THEORIQUE	4
<hr/>	
1. START-UP : CONTEXTE ET DEFINITION	4
2. LES DIFFERENTS TYPES DE START-UPS	5
2.1 ANALYSER LE MARCHÉ CIBLE	6
2.2 DÉFINIR SA STRATÉGIE	8
3. LE CYCLE DE VIE DES START-UPS	9
4. LE CYCLE DE FINANCEMENT DES START-UPS	12
5. LES DIFFERENTS BESOINS DE LA START-UP	16
6. LES DIFFERENTS MODES DE FINANCEMENT DE LA START-UP	17
7. LES STRATEGIES FAVORISANT LA CROISSANCE	23
METHODOLOGIE	26
<hr/>	
CADRE PRATIQUE	29
<hr/>	
INTRODUCTION	29
SECTION 1 : LES SOURCES DE FINANCEMENT EN PRATIQUE	30
1. LES DIFFERENTES SOURCES DE FINANCEMENT	30
2. AVANTAGES ET INCONVENIENTS DES SOURCES DE FINANCEMENT	34
SECTION 2 : LE CROWDFUNDING	38
1. QU'EST-CE QUE LE CROWDFUNDING ?	38
2. LES TYPES DE CROWDFUNDING	39
3. L'ÉMERGENCE DU CROWDFUNDING EN BELGIQUE	39
4. COMMENT ET QUAND LANCER UNE CAMPAGNE DE CROWDFUNDING ?	41
5. AVANTAGES ET INCONVENIENTS	42
SECTION 3 : LES BUSINESS ANGELS	47
1. QU'EST CE QU'UN BUSINESS ANGEL ?	47
2. LES TYPES DE BUSINESS ANGELS	47
3. L'ÉMERGENCE DES BUSINESS ANGELS EN BELGIQUE	49
4. COMMENT FAIRE APPEL AUX BUSINESS ANGELS ?	50
5. MOTIVATIONS DES BUSINESS ANGELS	51
6. AVANTAGES ET INCONVENIENTS	53
SECTION 4 : LE PRET BANCAIRE	57
1. DEFINITION ET TYPES DE BANQUES	57
2. COMMENT SE FINANCENT LES BANQUES ?	59
3. LA PLACE DES BANQUES DANS LE MONDE DE LA START-UP	60
4. COMMENT CHOISIR SA BANQUE ?	61
5. AVANTAGES ET INCONVENIENTS	61
SECTION 5 : LES SUBSIDES ET AIDES GOUVERNEMENTALES	64
1. LA MISE EN PLACE DE POLITIQUES GOUVERNEMENTALES	64
2. LES AIDES PUBLIQUES PROPOSEES	65
3. AVANTAGES ET INCONVENIENTS	66
SECTION 6 : LES FACTEURS INFLUENCANT LE SUCCES OU L'ECHEC	68
CONCLUSION	71
<hr/>	
BIBLIOGRAPHIE	74

ANNEXES	86
<hr/>	
1. INTERVIEWS DE START-UPS	86
2. INTERVIEWS COMPLÉMENTAIRES	134

INTRODUCTION

Au 20e siècle, l'émergence de nouvelles technologies et de nouveaux moyens de communication ont contribué à une hausse de la croissance économique. Cette nouvelle économie est définie comme « l'économie liée au développement des firmes utilisant les nouvelles technologies de l'information et de la communication, en particulier Internet.»¹ Elle se caractérise avant tout par un changement fondamental dans la façon de créer, la volonté d'innover, la façon de communiquer et d'interagir avec les consommateurs. La start-up est ainsi née et joue désormais un rôle important et croissant dans l'économie mondiale.

Par définition, une start-up est « une jeune entreprise innovante, dans le secteur des nouvelles technologies. »² L'entrepreneur arrive sur le marché avec une idée, une technologie innovante qui a un fort potentiel de croissance et un besoin de financement massif. Les start-ups se différencient cependant des entreprises traditionnelles et PME car elles n'ont pas de stratégies et de business plan définis, pas de bases solides et se développent dans un milieu incertain où le risque est difficile à évaluer. Les membres d'une start-up partagent un projet, un rêve, des valeurs, un état d'esprit et une vision. Ils revalorisent le travail par la créativité, l'innovation, la réactivité, la flexibilité et le travail en équipe. Ils appuient ainsi un grand nombre de valeurs qui dépassent souvent celles d'une entreprise traditionnelle.

Une étape cruciale lors du lancement d'une start-up est de trouver du financement tout au long du cycle de vie de celle-ci. L'entrepreneur qui démarre son nouveau projet dans un monde plein d'obstacles et certainement sans toutes les connaissances des différentes sources de financement qui s'offrent à lui peut vite être submergé. Il doit être conscient des risques encourus lors de chaque phase du cycle de vie et du cycle de financement de la start-up. Ce mémoire a pour objectif de guider l'entrepreneur à prendre conscience des différentes sources de financement existantes, leurs avantages et inconvénients pour qu'il puisse définir celles qui correspondent le mieux à son activité, à ses besoins et à la phase du cycle de vie dans laquelle sa start-up se trouve. De plus, le dernier point de ce mémoire abordera différentes stratégies que l'entrepreneur peut mettre en place pour éviter l'échec et pour faciliter le succès de son projet.

¹ Nouvelle Economie (n.d.). Dictionnaire Le petit Larousse. Edition Larousse. Partie, France. Larousse.fr. <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/economie/27630/locution?q=marche> (Consulté le 7 juillet 2017)

² Start-up. (2005). Dictionnaire Larousse de poche 2003 (p. 773). Paris, France : Edition Larousse

La problématique que nous avons choisie s'articule autour de la question de recherche : « Comment déterminer le mode de financement le plus adapté pour les start-ups en Belgique lors de la phase de lancement ? » Lors de la création de sa start-up, l'entrepreneur est plein d'interrogations. Est-ce que certains modes de financement sont plus accessibles lors de certaines étapes du développement ? Est-ce que certains modes de financement sont plus risqués que d'autres ? Est-ce que certains modes de financement apportent de la valeur ajoutée d'un point de vue stratégique ? Est-ce que certains modes de financement jouent un rôle dans l'accélération de la croissance ? Existe-t-il une stratégie financière qui puisse garantir son succès ? Toutes ces questions méritent une analyse détaillée pour tenter de trouver la source de financement la plus adaptée à la start-up et ses besoins financiers et stratégiques. Le monde des start-ups étant vaste, nous avons décidé de nous concentrer sur la phase de lancement de la start-up, moment où le financement est le plus nécessaire, mais aussi le plus difficile à trouver puisque l'entrepreneur n'offre, à ce stade, encore aucune garantie de son succès. Nous avons également décidé de nous concentrer sur la Belgique pour avoir un travail plus pertinent en ce qui concerne les données et les recherches.

Nous avons décidé de structurer ce mémoire en deux parties : une partie théorique et une partie pratique. La partie théorique permet de comprendre de façon détaillée ce qu'est une start-up, les différents types de start-up, son cycle de développement, son cycle de financement, ses besoins et les différents modes de financement mis à la disposition de l'entrepreneur. Pour la partie pratique, nous avons décidé d'approfondir une série de points : le Crowdfunding, les Business Angels, le prêt bancaire et les aides et subsides accordés par le gouvernement. En effet, ces modes de financement méritent plus ample réflexion étant donné leurs présences dans le cycle de financement de la start-up. La partie pratique va ainsi mettre en évidence des sources de financement accessibles lors de la phase de lancement, leurs fonctionnements, leurs émergences en Belgique et leurs avantages et inconvénients. Pour conclure la pratique, le dernier point abordera les stratégies qui, selon les entrepreneurs et les investisseurs, peuvent faciliter le succès de la start-up.

Afin de traiter le sujet et la problématique, un plan de recherche et une méthodologie de travail qualitative ont été établis. Pour récolter un maximum d'information afin d'évaluer les modes de financement d'un côté pratique, nous avons réalisé des interviews individuelles avec plus de trente start-ups avec des questions ciblées sur les modes de financement, les avantages et inconvénients de chacun et les modèles qui apportent de la valeur ajoutée à la stratégie.

L'objectif principal est de comparer les expériences de chacune des start-ups afin de répondre au mieux à la problématique. La dernière étape dans la collecte de données fut des entretiens semi-directifs avec un manager d'un fonds d'investissement de la Région wallonne, le CEO d'une plateforme de Crowdfunding, un Business Angel et la responsable d'un incubateur de start-ups wallonnes. Nous avons également assisté à deux événements, « Spred's start-up pitching event » et « Mind&Market » pour avoir une connaissance plus détaillée du Crowdfunding dans le premier cas et des start-ups dans le deuxième.

Afin de poursuivre ses différentes étapes, nous allons bien garder en tête la problématique pour récolter des données pertinentes et ainsi tenter de répondre au mieux à la question du financement le plus adéquat pour les start-ups tout au long de notre mémoire.

PARTIE THEORIQUE

1. START-UP : CONTEXTE ET DEFINITION

Au 20e siècle, lors de la quatrième révolution industrielle, l'émergence de nouvelles technologies et de nouveaux moyens de communication tels que l'Internet ont contribué à une hausse de la croissance économique. Cette nouvelle économie est définie comme « l'économie liée au développement des firmes utilisant les nouvelles technologies de l'information et de la communication, en particulier Internet. »³ Elle se caractérise avant tout par un changement fondamental dans la façon de créer, la volonté d'innover, la façon de communiquer et d'interagir avec les consommateurs. L'utilisation du terme start-up est ainsi née après la Seconde Guerre mondiale avec l'émergence des premières sociétés de capital-risque.

La start-up joue actuellement un rôle important et croissant dans l'économie mondiale. Aujourd'hui, il existe plus de 300 start-ups actives dans le numérique en Wallonie. Ce chiffre est nettement inférieur à celui de la Flandre qui en compte environ 1500 et légèrement inférieur à Bruxelles qui se situe aux alentours de 400 start-ups⁴. En Belgique, les start-ups sont majoritairement présentes dans les produits et services destinés aux entreprises, autrement appelés le « business-to-business » ou le « B2B ». Les quatre secteurs les plus représentés sont l'e-santé, le commerce et la distribution, la finance et les jeux vidéo.

Par définition, une start-up est « une jeune entreprise innovante, dans le secteur des nouvelles technologies. »⁵ Il existe plusieurs orthographes possibles concernant le mot « start-up », mais l'idée est de mettre l'accent sur la phase de démarrage, le « start », et la phase de croissance forte, le « up ». Nous avons choisi d'utiliser l'orthographe « start-up » tout au long de notre mémoire.

Les membres d'une start-up sont portés par le même projet, les mêmes rêves et agissent en équipe. Ils partagent ainsi des valeurs, un état d'esprit et une vision. Ils sont jeunes et expérimentés et veulent revaloriser le travail par une mise en commun des idées et une remise en question constante où la créativité, l'innovation, la réactivité et la flexibilité sont

³ Nouvelle Economie (n.d.). Dictionnaire Le petit Larousse. Edition Larousse. Partie, France. Larousse.fr. <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/economie/27630/locution?q=marche> (Consulté le 7 juillet 2017)

⁴ Digital Wallonia (2017). *Baromètre 2017 des startups numériques wallonnes*. <https://www.digitalwallonia.be/fr/publications/startups2017> (Consulté le 7 juillet 2017)

⁵ Start-up. (2005). Dictionnaire Larousse de poche 2003 (p. 773). Paris, France : Edition Larousse

fondamentales. Ainsi, la start-up se caractérise par beaucoup de valeurs qui dépassent celle d'une entreprise classique. Eric Ries, dans son œuvre « *The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses* », définit la start-up comme « une institution humaine conçue pour créer un nouveau produit ou service dans des conditions d'incertitude extrême »⁶. En effet, les membres de la start-up agissent sur un marché inexistant ou instable. De ce fait, leur stratégie et leur business model ne sont pas établis et peuvent évoluer au fil du temps selon les diverses opportunités rencontrées.

Nous ne caractérisons pas une start-up en fonction de sa taille ou de son nombre d'employés. Par exemple, des entreprises comme Uber ou Airbnb sont encore considérées comme des start-ups de par leurs stratégies et leurs business model. Par la définition du Larousse, une PME est « une entreprise d'importance petite et moyenne, dans laquelle le chef d'entreprise assume personnellement et directement les responsabilités financières, techniques, sociales et morales de l'entreprise, quelle que soit la forme juridique de celle-ci. »⁷. Par conséquent, la différence fondamentale entre une start-up et une PME est que la start-up recherche son business model, tandis que la PME applique un business model défini.

Patrick Fridenson⁸ a ainsi défini quatre conditions à remplir pour les start-ups : une forte croissance potentielle, une technologie nouvelle, un besoin de financement massif et être sur un marché nouveau dont le risque est difficile à évaluer.

2. LES DIFFERENTS TYPES DE START-UPS

Dans son œuvre « *The four steps to the Epiphany: successful strategies for products that win* », Steven Blank a écrit « Not all start-ups are alike. »⁹ Lorsque l'entrepreneur décide de lancer un produit ou un service sur un marché, celui-ci doit bien analyser sur quel type de marché il se trouve pour pouvoir par la suite définir sa stratégie. Le type de marché a de plus en plus

⁶ « L'actualité du livre. La sélection de l'expansion management review », *L'Expansion Management Review*, vol. 145, no. 2, 2012, pp. 6-8.

⁷ PME (n.d.). Dictionnaire Le petit Larousse. Edition Larousse. Partie, France. Larousse.fr. http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/P_M_E_/61847 (Consulté le 7 juillet 2017)

⁸ Ottan G. (2016). *Dis, c'est quoi une start-up... ?*. <http://1001startups.fr/dis-cest-quoi-une-start-up/> (Consulté le 22 août 2017)

⁹ Blank S.G. (2006). *The Four Steps to the Epiphany*. http://web.stanford.edu/group/e145/cgi-bin/winter/drupal/upload/handouts/Four_Steps.pdf (Consulté le 22 août 2017)

d'importance au fur et à mesure du process. Selon le positionnement sur le marché et la stratégie choisie, il y'aura des différences significatives entre les méthodes utilisées par les entrepreneurs, tant bien d'un point de vue financier que stratégique. Les chances de succès de la start-up seront fortement influencées par la bonne compréhension de ses différences.

2.1 Analyser le marché cible

Il existe quatre types de marchés qui différencient la stratégie vis-à-vis du marché, des barrières à l'entrée et des concurrents, de la chaîne de distribution et de son modèle de ventes, de ses besoins financiers et des consommateurs. D'un point de vue financier, l'entrepreneur devra avant tout étudier ses besoins en capital et le temps dont il aura besoin avant de réaliser du profit.

Pour différencier ces quatre types de marchés, il est important de définir les concepts « disruptive innovation » et « sustaining innovation ». Clayton Christensen a écrit : « L'innovation de rupture est celle qui crée, transforme ou détruit un marché. »¹⁰ Elle réinvente une technologie, un business model et génère un nouveau marché et de la valeur ajoutée. L'innovateur crée un nouveau produit dans un nouveau marché. Par opposition, la « sustaining innovation » ne crée pas un nouveau marché, mais améliore ou développe un marché existant.

- Un nouveau produit dans un nouveau marché

Le nouveau produit qui répond à un problème sur le marché, a des besoins réels pour le consommateur et apporte ainsi une solution nouvelle et innovante. L'entrepreneur n'a pas de concurrents, son principal dilemme est l'analyse du marché et la recherche de clients potentiels. Son objectif est d'identifier la problématique, les besoins des consommateurs et trouver une position claire et unique dans l'esprit des consommateurs.

- Un nouveau produit dans un marché existant

Les compétiteurs définissent le marché. L'objectif pour l'entrepreneur est d'apporter un produit qui offre une meilleure qualité, de meilleures performances ou une meilleure caractéristique pour rester compétitif. Le dilemme de l'entrepreneur est donc avant tout lié à la concurrence.

Il existe plusieurs stratégies pour entrer sur un marché existant. Dans le cas d'un nouveau produit comme vu ci-dessus, nous sommes dans une stratégie de différenciation. Par définition,

¹⁰ Guellec D. (2015). *Innovation de rupture: définition, position de la France, politiques publiques.*

la différenciation est « un ensemble de mesures prises par une entreprise pour diversifier les caractéristiques d'un produit et se démarquer de ses concurrents afin de développer la diffusion de ce produit. »¹¹. Cependant, plus de la moitié des entrepreneurs suivent un parcours hybride, ils créent un nouveau produit qui resegmente un marché existant. Selon la définition du Larousse, une segmentation est « un découpage du marché en sous-ensembles homogènes (segments) selon l'âge, le sexe, le revenu, le style de vie, etc., qui permettent à l'entreprise d'adapter ses produits aux besoins spécifiques des consommateurs.»¹² Le produit répond ainsi à un besoin réel pour le consommateur. L'entrepreneur doit avoir une vision claire et précise de son positionnement dans le marché. Nous remarquons deux types de resegmentation : la stratégie de différenciation par les prix et la stratégie de niche.

- Stratégie de différenciation par les prix dans un marché existant

Une stratégie de différenciation par les prix est obtenue par la réduction des coûts. Il s'agit généralement de proposer un produit débarrassé de certaines fonctionnalités considérées comme inutiles à prix bas. Le dilemme dans le cas de cette stratégie est de proposer un coût inférieur à ceux des concurrents et de rester rentable sur le long terme.

- Stratégie de niche dans un marché existant

Un marché de niche est « un marché très étroit correspondant à un produit ou service très spécialisé.»¹³ Le dilemme dans le marché de niche est de définir la clientèle, la spécificité de son produit et de se positionner sur un marché étroit. De plus, bien que les concurrents dans ce type de marché sont souvent peu nombreux, ils sont également bien établis et défendent leurs parts de marché.

¹¹ Différenciation (n.d.). Dictionnaire Le petit Larousse. Edition Larousse. Paris, France. Larousse.fr. <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/différenciation/25438> (Consulté le 6 octobre 2017)

¹² Segmentation (n.d.). Dictionnaire Le petit Larousse. Edition Larousse. Paris, France. Larousse.fr. <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/segmentation/71825> (Consulté le 11 novembre 2017)

¹³ Marché de niche. (2017). <https://www.definitions-marketing.com/definition/marche-de-niche/> (Consulté le 10 janvier 2018)

2.2 Définir sa stratégie

Steve Blank¹⁴ propose six variétés de start-up selon la vision de l'entrepreneur, la composition de son équipe, la stratégie financière visée et la phase du cycle dans laquelle la start-up se trouve.

- Lifestyle Start-ups : l'entrepreneur travaille pour sa passion. Il poursuit son rêve en travaillant. Son objectif principal n'est pas financier.
- Small-Business Start-ups : l'entrepreneur travaille pour nourrir sa famille. Il possède sa propre activité, par exemple un salon de coiffure ou une épicerie, et engage sa famille ou des employés locaux. Il trouve le capital nécessaire en économisant ou en empruntant à ses proches ou à des banques.
- Scalable Start-ups : l'entrepreneur pense que sa vision peut changer le monde. Son objectif principal n'est pas l'argent, mais la croissance, il veut créer de la valeur ajoutée dans l'entreprise qui pourra éventuellement être rachetée par après. Dans ce type de start-up, l'entrepreneur fait principalement appel à des « venture capitalists », des investisseurs en capital-risque, pour financer son business model. Facebook et Google sont définis comme des Scalable Start-ups.
- Buyable Start-ups : l'entrepreneur préfère trouver des fonds grâce à des modes de financement moins traditionnels, les Business Angels et le Crowdfunding. Ces start-ups sont considérées comme des cibles d'acquisition et sont dans la plupart des cas rachetées par de plus grosses entreprises.
- Social Start-ups : l'entrepreneur veut faire du monde un meilleur endroit, il veut faire une différence. La start-up peut être organisée comme une ASBL, l'argent n'est pas un objectif en soi.
- Large-Company Start-ups : l'entrepreneur doit innover pour assurer sa survie et sa croissance dans un monde où les menaces externes et l'instabilité augmentent. Le but de la start-up n'est pas d'améliorer les business model existants, mais d'inventer de nouveaux business model.

¹⁴ The Wall Street Journal (2013). Steve Blank : The 6 Types of Startups.
<http://blogs.wsj.com/accelerators/2013/06/24/steve-blank-the-6-types-of-startups-2/> (Consulté le 3 septembre 2017)

3. LE CYCLE DE VIE DES START-UPS

Comme toute entreprise, la start-up suit un cycle dont les entrepreneurs doivent être conscients pour mener à bien leurs projets. La start-up est particulièrement confrontée à l'incertitude économique, il est donc essentiel de savoir comment faire face à chaque phase, quels en sont les risques encourus pour chacune et en fonction de son avancement et de ses besoins, choisir un mode de financement disponible et adapté. Chaque étape s'accompagne d'une nécessité d'accommodation aux variations de l'environnement, l'entreprise doit essayer d'anticiper les différents événements et s'adapter. A chaque étape du cycle, l'objectif principal de l'entrepreneur ne doit pas être la réussite de son projet, mais doit être la garantie d'avoir la quantité d'argent nécessaire pour passer à l'étape suivante.

Pratiquement aucune start-up n'est capable de générer les flux financiers nécessaires au développement de son projet. L'entrepreneur fournit son apport personnel, un capital initial dans la société et doit ensuite trouver les ressources humaines et financières externes pour naître et assurer la continuité de son projet. L'entrepreneur n'a pas uniquement besoin de fonds durant la phase de lancement, son idée va également passer par d'importantes phases de validation, de développement et de commercialisation.

Comme nous pouvons le voir sur le graphe ci-dessous, il existe six phases dans le cycle de vie de la start-up et chacune de ses phases est liée aux étapes du cycle de financement. Ce schéma permet de se repérer pour tenter d'anticiper les difficultés du développement des start-ups. Cependant, il est évident que l'entreprise et la croissance idéale n'existent pas et que chaque entreprise va être confrontée à un parcours différent au cours de son évolution.

entre le besoin et la disponibilité de capital d'investissement pour les entrepreneurs. Les start-ups et les petites entreprises en phase de lancement sont particulièrement confrontées à ce dilemme. Beaucoup n'y survivent pas et échouent ainsi au moment de rentrer sur le marché.

c) La croissance

L'entreprise commence à produire et à commercialiser son idée. Son projet connaît une demande croissante sur le marché. Cependant, le niveau des ventes n'est toujours pas suffisant pour soutenir l'activité, la croissance des revenus est faible et le flux de trésorerie est toujours négatif. L'entreprise commence peu à peu à devenir rentable, grandissant proportionnellement avec le niveau des ventes.

Dans cette étape, l'entrepreneur doit avant tout faire preuve de compétences managériales. Il est important qu'il soit capable de suivre la croissance. C'est pourquoi son équipe doit être capable de regarder dans la même direction, être en harmonie et l'entrepreneur doit être capable de déléguer les tâches.

d) La maturité

Une fois que le taux de croissance et la profitabilité deviennent constants, l'entreprise entre dans une phase de stabilisation. L'entreprise est établie sur le marché et est rentable. Cette phase peut durer plusieurs années.

L'entrepreneur peut vouloir étendre son entreprise et peut ainsi décider de mettre l'accent sur le marketing, d'augmenter sa capacité de production, d'apporter de nouvelles caractéristiques à son produit, etc. et refait pour cela des dépenses recherche et développement. Cette phase faisant preuve de beaucoup moins d'incertitudes que les précédentes. Les risques étant liés au marché, son potentiel et sa profitabilité, il est plus facile pour l'entrepreneur d'obtenir un investissement.

e) Le déclin

La concurrence augmente et laisse de moins en moins de place à l'entreprise et amène ainsi des doutes et de la confusion. L'entreprise entre dans une phase critique appelée « phase de turbulence » marquée par des changements concernant les valeurs sociales, culturelles et les besoins. L'entreprise est ainsi vite amenée à l'étape de la sortie.

f) La sortie

Il faut bien avoir à l'esprit qu'une start-up, c'est un état temporaire. Une fois arrivée à la phase de sortie, une première possibilité est que l'entrepreneur remarque que son business model n'est

pas satisfaisant, les coûts dépassent les profits, la concurrence est trop forte, et la start-up disparaît. La deuxième possibilité est la réussite. La start-up se transforme alors en une entreprise classique avec de gros profits ou celle-ci peut également se faire racheter par une entreprise classique. L'introduction en bourse ou le rachat de la start-up indique la fin de sa recherche d'un business model. La start-up n'en est désormais plus une.

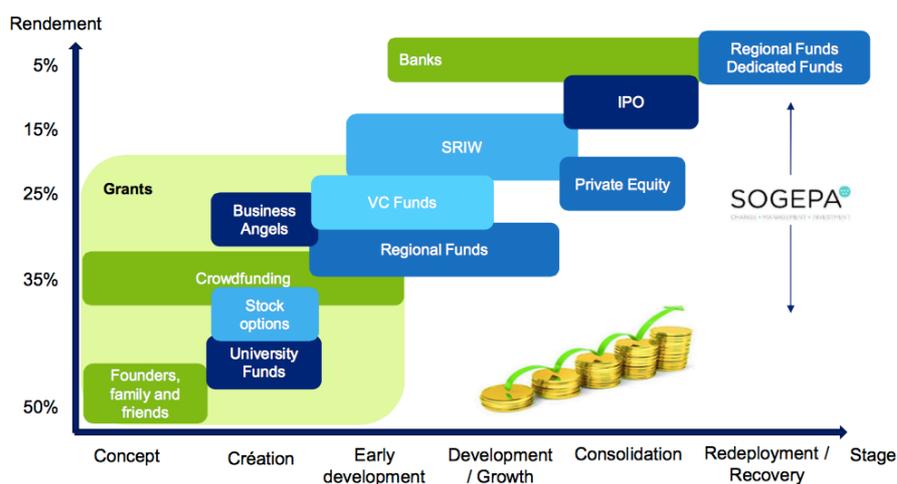
4. LE CYCLE DE FINANCEMENT DES START-UPS

Le cycle de financement des start-ups est mis en parallèle avec le cycle de vie de celles-ci. En effet, l'entrepreneur va traverser plusieurs étapes de financement selon l'avancement de son projet et les risques encourus lors de chaque étape.

Indépendamment de sa taille et de son secteur, la start-up doit réfléchir à la source de financement la mieux adaptée à l'étape dans le cycle de vie et le cycle de financement dans laquelle elle se trouve.

Dans ce point, nous allons aborder le cycle de financement de l'entreprise et les risques à surmonter à chaque étape. Nous développerons plus tard les différents modes de financement plus en détail.

Lorsque l'entrepreneur décide de lancer une idée, son projet n'a encore aucune garantie d'être rentable. L'accès des start-ups au marché des capitaux est difficile étant donné le risque élevé dû à l'instabilité du marché sur lequel elles se trouvent. C'est pourquoi l'entrepreneur va devoir trouver d'autres moyens de financement internes ou externes que le prêt bancaire. Sur le graphe ci-dessous, nous pouvons constater l'évolution du risque et du rendement selon l'étape du cycle de vie de la start-up. Plus le projet évolue, plus le risque et le rendement pour l'investisseur diminuent.



Source : Deloitte¹⁷

a) Bootstrapping

L'entrepreneur est dans la première phase du financement de sa start-up, le « bootstrapping ». Le bootstrapping représente le départ personnel de l'entrepreneur. Ainsi, il commence dans un premier temps à rechercher dans ses propres ressources et il place son apport personnel dans la start-up. Son projet n'est encore qu'une idée, il n'a pas encore pris forme et les seules personnes qu'il peut convaincre à ce stade sont sa famille et ses proches. Les acteurs qui investissent généralement en premier lorsque nous lançons une idée sont nommés les 3F's : family, friends and fools. L'argent investi par les 3F's est appelé « Love Money ». Dans cette étape, l'entrepreneur fait aussi appel au financement participatif, le Crowdfunding, via une plateforme Internet pour solliciter des milliers de personnes.

Comme dit plus haut, le bootstrapping consiste à se financer avec ses propres ressources sans faire appel à un financement externe. Dès lors, il peut arriver que l'entreprise génère assez de revenus dès le lancement de son activité et ne subisse pas beaucoup de dépenses. L'entreprise va alors pouvoir continuer à progresser sur ses propres ressources en limitant ses sorties de cash.

Etant donné que l'apport personnel de l'entrepreneur et l'argent apporté par les 3F's et via le Crowdfunding sont une ressource limitée, le « bootstrapping » est une étape très courte dans le temps.

¹⁷ Trevisan V. (2015). Les nouveaux modes de financement de l'entreprise : à la recherche du chaînon manquant entre les banques et les actionnaires. <https://www.financialforum.be/sites/financialforum.be/files/media/1615.pdf> (Consulté le 9 novembre 2017)

Lors de cette étape, les premiers enjeux concernent la réalisation du projet, la composition d'une équipe harmonieuse et la recherche d'un financement adéquat pour ce projet.

b) Seed financing

L'entreprise est ainsi créée et l'entrepreneur a désormais besoin de capitaux pour lancer son activité. L'entrepreneur fait appel à des investisseurs, il a avant tout besoin de fonds pour ses frais de recherche et développement et pour les immobilisations corporelles nécessaires à son activité. Les fonds apportés avant que l'entreprise ne commence à générer de l'argent sont appelés les fonds d'amorçage.

Etant donné qu'à ce stade du développement le risque est fortement élevé, l'entrepreneur devra trouver d'autres alternatives que le financement auprès des banques. Pour pouvoir financer ses coûts, il va se tourner vers de nouvelles formes de compagnies, les Business Angels, où il pourra tenter d'obtenir une petite quantité d'argent. C'est à ce moment que l'étape du « seed financing » débute. Pour convaincre ces Business Angels, l'entrepreneur doit avoir une idée claire et définie de son projet et un business plan détaillé.

A ce stade du développement, une aide gouvernementale pour également être apportée pour les projets innovants. Les Régions proposent ainsi différentes aides et différents subsides dans le but de favoriser la croissance économique.

C'est lors de cette étape que l'entreprise traverse « la vallée de la mort ». D'un point de vue financier, chaque jour consomme un peu plus les fonds récoltés et le risque de découvert ou d'un développement de produit non efficace est élevé. A la fin de cette étape, soit l'équipe fournit une solution convaincante avant de venir à bout de sa première levée de fonds, soit elle échoue et l'entreprise disparaît.

L'entrepreneur doit dans cette phase faire preuve de compétences managériales, renforcer son équipe et ses fonds propres. Il a besoin de financer ses équipements de production, ses installations et ses fonds de roulement. Les fonds de roulement sont nécessaires pour payer à temps les fournisseurs, les employés et les charges. Il s'assure ainsi de l'efficacité et de la bonne santé financière de l'entreprise à court terme.

c) Start-up financing

Une fois que l'équipe a développé ce qui avait été initialement élaboré, elle rentre dans la phase du « start-up financing » et commence à produire. A ce stade, l'entrepreneur a besoin de fonds pour la production et il peut avoir besoin d'immobilisations incorporelles, par exemple des logiciels. La plupart des risques en recherche et développement ont maintenant été résolus et l'entrepreneur fait maintenant face à un dilemme pour mettre en place une technologie et un processus efficace et rentable.

d) First-stage financing

L'étape du financement pendant la période de croissance est appelée « first-stage financing ». L'entreprise n'étant pas encore rentable, le financement est indispensable pour soutenir cette croissance.

Dans cette étape, l'entreprise est confrontée à des risques marketing et de ventes. En effet, beaucoup d'entreprises ont créé de bons produits, mais ont échoué au moment de la vente.

e) Second-stage financing

Le produit ou le service est désormais bien établi et gagne de plus en plus de parts de marché. L'entrepreneur a besoin de fonds pour soutenir la forte croissance de la demande et de la production. L'entreprise génère des revenus, mais toujours pas suffisamment pour atteindre le seuil de rentabilité.

f) Mezzanine financing

L'entreprise est désormais rentable et a atteint une phase dite de stabilisation. Une fois cette stabilisation atteinte, l'entreprise peut tenter une introduction en bourse ou un rachat de son entreprise. Le but de cette phase va alors être d'obtenir les fonds nécessaires pour permettre d'attendre le moment adéquat pour entrer dans la phase de sortie. La dette mezzanine va permettre à la start-up d'obtenir un financement important en une seule étape.

5. LES DIFFERENTS BESOINS DE LA START-UP

La start-up se caractérise par un besoin de financement massif. Comme nous l'avons vu, une des étapes les plus délicates dans la création d'une start-up est de déterminer les besoins financiers à satisfaire, de trouver les sources de financement les plus adaptées à ces besoins et de savoir les optimiser.

Le succès de la start-up ne dépend pas uniquement de l'idée de l'entrepreneur, l'anticipation des besoins de financement de la start-up est également importante. Si l'entrepreneur sous-estime ses besoins de financement, l'entreprise peut tomber dans la faillite, mais si l'entrepreneur surestime ses besoins, il ne possédera plus que très peu de part du capital de son entreprise et par conséquent très peu de contrôle.

Evaluer les différents besoins de la start-up est indispensable pour réaliser le plan de financement prévisionnel de la start-up qui sera nécessaire pour trouver des investisseurs. Nous distinguons trois principales catégories de besoins financiers : les immobilisations, le besoin en fonds de roulement et les remboursements d'emprunt.

- Les immobilisations

Les immobilisations sont les investissements de départ qui constituent l'outil de production et qui sont amenés à durer dans l'entreprise. On parle d'immobilisations corporelles pour les terrains, les matériels et les véhicules ; d'immobilisations incorporelles pour les brevets ou pour les logiciels et d'immobilisations financières. Grâce à ces immobilisations, la start-up va générer des avantages économiques futurs en lui permettant d'optimiser ses coûts et d'être compétitif sur le marché.

- Le besoin en fonds de roulement (BFR)

Le besoin en fonds de roulement est « un indicateur financier qui chiffre le besoin résultant du décalage dans le temps entre le moment où vous allez encaisser des sommes et le moment où vous allez en décaisser. »¹⁸. Ce sont les fonds dont l'entreprise dispose pour financer son cycle d'exploitation, en d'autres termes son activité quotidienne. L'entrepreneur doit calculer le besoin résultant du décalage dans le temps entre les encaissements et les décaissements par

¹⁸ Clermont T. (n.d). *Business plan : comment calculer son besoin de financement ?* <https://www.guide-du-business-plan.fr/comment-calculer-le-besoin-de-financement-dans-son-business-plan/> (Consulté le 13 janvier 2018)

rapport aux paiements des clients et des fournisseurs, la valeur du stock, le crédit de TVA et les dépenses d'exploitation exigible à l'avance par exemple le loyer et les assurances pour ne pas se retrouver à court de liquidités.

- Les remboursements d'emprunt

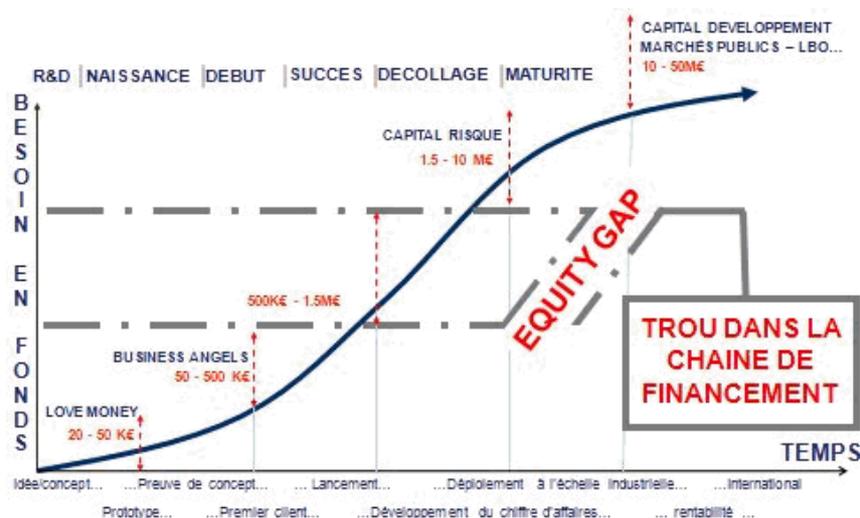
Calculer les remboursements d'emprunt permet à l'entrepreneur d'anticiper le budget mensuel alloué au remboursement du crédit, comprenant le capital et les intérêts, et d'estimer le coût total du prêt.

Par conséquent, les besoins de financement de la start-up vont dépendre des besoins matériels et immatériels nécessaires à la production, du temps de production, de la gestion des stocks, des délais de paiement avec les clients et les fournisseurs, des accords avec les investisseurs, etc. Toutes ces dépenses doivent être évaluées pour obtenir un plan financier prévisionnel précis.

6. LES DIFFERENTS MODES DE FINANCEMENT DE LA START-UP

Une fois que l'entrepreneur a défini son produit, analysé son marché cible et la concurrence et sa position dans le cycle de vie de la start-up, il définit sa stratégie et construit son business plan et son plan financier prévisionnel dans lequel il estime ses besoins financiers. Un business plan détaillé et un plan financier précis vont permettre d'attirer des investisseurs potentiels pour lancer, développer ou étendre la start-up.

Il existe un grand nombre de modes de financement possibles. Chacun a ses propres caractéristiques, avantages et inconvénients. Le type de financement va également définir la relation entre le prêteur en capital et la société. Pour ses raisons, à chaque étape du cycle de vie de la start-up, certaines sources de financement sont plus courantes et plus adaptées que d'autres. C'est à l'entrepreneur d'analyser laquelle est la plus adaptée à son projet, à son marché, à sa stratégie et à la période concernée.



Source : ISAI¹⁹

A sa création, la start-up est confrontée à des difficultés pour trouver des fonds par rapport aux entreprises classiques. Celle-ci a difficilement accès au marché des capitaux étant donné qu'il y'a trop peu de garanties pour les banques. En effet, son capital et sa notation de crédit, c'est-à-dire « sa capacité à rembourser le capital et les intérêts de ses dettes à court terme ou à long terme »²⁰, sont faibles. La start-up est ainsi confrontée à un « funding gap », un écart entre les fonds dont elle a besoin pour développer son business et ses fonds disponibles en capital, liquidités et dettes. Celle-ci va devoir trouver des alternatives au prêt bancaire et va se tourner vers l'épargne privée.

Sur le graphe ci-dessus, nous pouvons constater les modes de financement les plus fréquemment utilisés lors des premières étapes de la vie d'une société. Ces modes de financement interviennent à des moments précis selon le niveau d'investissement à réaliser pour la start-up.

a) L'apport personnel et le « Love Money »

L'entrepreneur lance son projet sur ses propres fonds propres, il apporte le capital initial. Il est évidemment très rare que cet apport personnel limité soit suffisant pour couvrir les investissements à venir.

¹⁹ Assemblée nationale (n.d.). *Les rapports d'information*. <http://www.assemblee-nationale.fr/14/rap-info/i1936.asp> (Consulté le 15 mars 2018)

²⁰ LCL. (2014). *Qu'est-ce qu'une agence de notation financière*. <https://www.lcl.com/guides-pratiques/zooms-economiques/agence-notation.jsp> (Consulté le 10 février 2018)

L'entrepreneur fait ensuite appel aux 3F's ; ses proches, sa famille et ses amis. On appelle cet apport le « Love Money », autrement dit « l'épargne affective de proximité »²¹. Les montants du Love Money sont de quelques milliers d'euros et peuvent être sous forme de dons, de prêts ou en prenant des parts de la société. Encore une fois, ce type de financement n'est pas suffisant pour les entreprises ayant de lourds besoins financiers, mais c'est un premier moyen convivial de lever des fonds qui ne nécessitent pas de taux d'intérêt.

Bien que le Love Money procure un avantage fiscal aux investisseurs, le risque dans les affaires avec des proches est que l'argent peut influencer les relations et être source de conflits. Il est important pour l'entrepreneur d'être clair, transparent et de bien définir la relation et le titre dans l'entreprise de son proche. L'apport du Love Money montre aussi aux investisseurs à venir que l'entrepreneur a su convaincre ses proches de la crédibilité de son projet.

b) Les aides et primes gouvernementales

Il existe un grand nombre d'acteurs publics et régionaux qui participent au développement des start-ups et ainsi, au développement de la croissance et à l'innovation du pays. Celles-ci aident les entrepreneurs à concrétiser leurs projets et fournissent de bonnes conditions pour la réussite. Les entrepreneurs n'ont pas une bonne connaissance de toutes ces aides disponibles et les démarches pour en bénéficier sont longues et lourdes.

En Belgique, nous pouvons citer des partenaires comme Sowalfin, Novallia, SRIW, ... ainsi que des subsides DG06 ou des bourses d'un montant allant jusqu'à 12 500€.

A côté de ces prêts ou apports en capital, des dispositifs gouvernementaux et des mesures fiscales favorisent également le développement de la start-up.

c) Les concours de start-ups

Participer à un concours organisé par une association ou une fondation peut prendre du temps et les chances de gagner sont minimales en raison du nombre de participants, mais c'est également un moyen efficace d'obtenir des fonds et de donner de la visibilité à sa start-up et une garantie

²¹ Ooreka (2017). *Love money*. <https://levee-de-fonds.ooreka.fr/comprendre/levee-de-fonds-love-money> (Consulté le 20 août 2017)

aux futurs investisseurs de la valeur ajoutée du projet. Le montant du prix peut varier de quelques centaines à plusieurs milliers d'euros.

d) Le Crowdfunding

Une fois le Love Money récolté, l'entrepreneur fait appel au Crowdfunding. Le Crowdfunding, littéralement « financement par la foule », est un mécanisme de financement participatif qui fait appel au soutien financier du grand public via une plateforme Internet dans le but de récolter des fonds pour un projet. Il peut s'agir d'investisseurs professionnels, de chefs d'entreprise, mais également des clients et du grand public. L'entrepreneur récolte de petits montants, mais ceux-ci sont multipliés par un grand nombre d'investisseurs qui ont confiance dans le projet.

e) Les Business Angels

Les Business Angels, aussi appelés « investisseurs providentiels », apparaissent une fois que l'entreprise a fait ses premiers pas, au début de la période de développement. Les Business Angels investissent dans la start-up en échange de parts dans l'entreprise, mais ceux-ci remplissent également le rôle de mentor en mettant leurs compétences, leurs expériences et leurs réseaux à la disposition de l'entrepreneur. Ce sont souvent eux-mêmes d'anciens cadres dirigeants d'entreprise, d'entrepreneurs ayant déjà de l'expérience ou une famille qui investit ensemble sur un même projet. En apportant leurs savoirs, les investisseurs servent également leurs propres intérêts en vue d'un gain futur.

Les Business Angels font partie des modes de financement les plus jeunes, mais les plus utilisés en Belgique. Comme pour le Love Money, ce financement repose sur la confiance d'un investisseur dans un jeune projet qui n'a pas encore fait ses preuves.

Comme nous pouvons le voir sur le graphe ci-dessus, les phases de financement ne se recouvrent pas forcément. En effet, lors de la phase de développement, l'entrepreneur va se retrouver face à l'« Equity gap », c'est-à-dire un trou dans la chaîne de financement entre l'investissement par Business Angels et l'investissement par capital-risque. En effet, les Business Angels effectuent des investissements entre cinquante mille et cinq cent mille euros alors que les Venture Capitalists investissent pour des montants de minimum un million cinq cent mille euros. Franchir l'Equity gap, c'est traverser la « vallée de la mort ». Comme nous l'avons vu précédemment, beaucoup de start-ups n'y survivent pas. La raison est qu'elles ont

un manque de trésorerie, mais n'intéressent pas encore les fonds d'investissement. Les Venture Capitalists attendent de la rentabilité et une vision stratégique claire à moyen terme.

Lors de l'étape de la croissance, le développement de la start-up est principalement soutenu par le capital-investissement, en d'autres termes par la prise de participation en capital par des fonds d'investissement. On distingue deux types de financement selon le cycle de vie de l'entreprise : le capital-risque et le capital-investissement.

Les équipes des fonds d'investissement sont composées de personnes physiques spécialisées dans un secteur précis ou dans un stade de développement de la start-up. Ceux-ci ont de l'expérience, des compétences et un réseau de contacts. Ils vont, en plus d'apporter des ressources financières, soutenir les entreprises dans leurs décisions stratégiques.

f) Venture capital ou capital-risque

Au moment des premiers développements de l'entreprise et au début de la période de croissance, les venture capitalists investissent en échange de parts dans la société. Les venture capitalists sont des entreprises de capital à risque composées d'investisseurs professionnels qui participent au financement de jeunes entreprises considérées comme un haut potentiel avec un niveau de risque élevé. Ils vont emprunter à d'autres acteurs, les partenaires limités, par exemple les fonds de pension, les grosses banques, etc. Ils apportent leurs expériences et leurs réseaux dans le but de servir leurs propres intérêts. En effet, une fois l'entreprise florissante, l'objectif des venture capitalists est la revente de ces parts pour faire un bénéfice conséquent.

g) Private equity ou capital-investissement

Le private equity, aussi appelé « capital-investissement » ou « fonds privés » désigne « des actions non cotées sur des marchés boursiers conventionnels. »²². En d'autres termes, des entreprises spécialisées dans le capital-investissement vont prendre des parts majoritairement ou minoritairement dans la société pour une période d'environ cinq ans. Ils investissent un montant allant de dix millions à cinquante millions d'euros durant la phase de maturité dans des entreprises non cotées en bourse. L'objectif de ce type d'entreprise étant la rentabilité, l'investissement se déroule lorsque le risque lié à la start-up a fortement diminué.

²² Finance de marché (n.d.). *Qu'est ce que le Private Equity ? Définition & raisons de base du capital-investissement*. <http://financedemarche.fr/finance/quest-ce-que-le-private-equity-definition-raisons-de-base-du-capital-investissement> (Consulté le 22 novembre 2017)

h) Le prêt bancaire

Le prêt bancaire est le mode de financement le plus rarement utilisé dû aux nombreux risques encourus par les jeunes entreprises. Par définition, une banque est « un établissement financier qui, recevant des fonds du public, les emploie pour effectuer des opérations de crédit et des opérations financières, et est chargé de l'offre et de la gestion des moyens de paiement. »²³. Lorsque la banque accorde un prêt à l'entrepreneur, celui-ci va devoir suivre un calendrier fixe pour le remboursement avec des taux d'intérêt élevés.

Une fois que la société a atteint la phase de sortie, plusieurs stratégies de sortie s'offrent à elle : Management Buy-Out, Management Buy-In, Initial Public offering et Trade sales.

i) Management Buy-Out/Management Buy-In

Management Buy-Out (MBO) désigne le rachat d'une entreprise par son équipe de direction actuelle²⁴. L'entreprise est désormais contrôlée majoritairement par ses dirigeants. Ceux-ci sont intéressés par une MBO pour des raisons émotionnelles, ils ont consacré une grande partie de leur vie professionnelle dans la société et ils se préoccupent de sa pérennité. Les dirigeants connaissent la société, ont l'esprit d'entreprendre et ont déjà établi une relation de confiance, ce qui rend le rachat plus facile.

Management Buy-In (MBI) désigne le rachat d'une entreprise par une équipe de direction externe à l'entreprise. L'équipe de direction apporte ainsi à la société un plan de management bien défini.

j) Initial Public Offering/ Trade sales

Initial Public Offering (IPO), une introduction en bourse en français désigne la première fois où les parts de la société sont rendues publiques sur le marché boursier²⁵. Une introduction en bourse est un bon moyen pour la start-up de s'étendre en augmentant son capital. Cela permet

²³ Banque (n.d.). Dictionnaire Le petit Larousse. Edition Larousse. Paris, France. Larousse.fr. <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/différenciation/25438> (Consulté le 6 octobre 2017)

²⁴ Ooreka (2018). *Management Buy-Out*. <https://creation-entreprise.ooreka.fr/astuce/voir/667199/management-buy-out> (Consulté le 10 février 2018)

²⁵ Investopedia (n.d.). *Initial Public Offering – IPO*. <http://www.investopedia.com/terms/i/ipo.asp> (Consulté le 20 novembre 2017)

aussi d'apporter de la notoriété à l'entreprise. Pour l'aider dans cette démarche, l'entrepreneur peut faire appel à une société de souscription qui définira avec lui le meilleur prix de l'offre, le nombre de parts à émettre, le temps nécessaire à l'opération et le type de sécurité à mettre en place.

Trade sales²⁶ est une forme courante de sortie pour la direction et les investisseurs d'une entreprise. L'entreprise est ainsi rachetée par une autre entreprise qui acquiert ainsi la société, la propriété intellectuelle et le management de la start-up. La vente de l'entreprise implique la cession des actions ou des actifs.

Comme nous pouvons le constater, les modes de financement pour financer sa start-up sont nombreux et divers et ceux-ci peuvent souvent paraître être un obstacle de taille pour l'entrepreneur qui souhaite lancer son projet. Il doit avant tout bien connaître les avantages et désavantages de chacun, les procédures et démarches à suivre et les aides et les conseils dont il peut bénéficier. Il est donc essentiel de s'entourer des bonnes personnes. Par exemple, il existe aujourd'hui des réseaux d'entrepreneurs et d'initiatives qui donnent accès à un accompagnement proposé par un chef d'entreprise bénévole et à des contacts utiles grâce à un réseau international d'entrepreneurs.

7. LES STRATEGIES FAVORISANT LA CROISSANCE

Avoir une bonne idée ne suffit pas pour garantir le succès de la start-up, les entrepreneurs doivent faire face à un grand nombre de risques et de difficultés au quotidien. L'équipe, l'exécution et l'adaptation sont tout aussi importantes, voire même plus pour le bon déroulement du projet. Selon William Gross²⁷, investisseur américain, les cinq attributs les plus fondamentaux qui séparent l'échec du succès sont, par ordre d'importance, le timing, l'équipe et l'exécution, l'idée, le business model et le financement obtenus.

La stratégie de croissance des start-ups est centrée sur l'innovation et le développement de nouvelles solutions, nouveaux produits et services. Ces innovations doivent leur permettre de se positionner en tant que leader sur des marchés de niche. Une étude sur la croissance des

²⁶ BusinessDictionary (n.d.). *Trade sale - Définitions* <http://www.businessdictionary.com/definition/trade-sale.html> (Consulté le 10 novembre 2017)

²⁷ Gross B. (2015). *The single biggest reason why startup succeed*. <https://www.youtube.com/watch?v=bNpx7gpSqY> (Consulté le 20 février 2018)

pépites wallonnes menée par EY²⁸ démontre que la culture wallonne favorise peu la culture entrepreneuriale, la prise de risque, l'innovation et la croissance. Elle met également en évidence une timidité face à la croissance de la part des managers et une peur de l'échec face aux multiples barrières bloquant l'entrepreneuriat et la croissance. C'est ainsi que beaucoup d'entrepreneurs se restreignent, consciemment ou inconsciemment. Pour surmonter ces défis, il est conseillé à l'entrepreneur de prévoir la croissance et d'anticiper l'internalisation dès la création de son entreprise. Les entrepreneurs doivent être source d'inspiration pour permettre de diffuser l'esprit d'entreprendre et d'inspirer les futurs entrepreneurs. Ils doivent être capables de prendre des risques, d'apprendre de leurs erreurs et d'être toujours à la recherche de nouveaux défis.

La proximité avec les consommateurs et l'identification de ses besoins doivent être centrales. Eric Ries, auteur de la stratégie du Lean Startup qui guide l'entrepreneur lors du démarrage de l'activité et du lancement du produit, définit la « théorie du développement par la clientèle »²⁹ de Steve Blank comme un point fondamental de sa stratégie. Dans cette théorie, la découverte et la validation de la clientèle sont les premières étapes pour la réalisation d'un projet. Le timing entre également en jeu : l'idée est-elle trop en avance sur son temps, car les consommateurs ne sont pas assez informés ? L'idée surgit-elle au moment parfait ? Où est-ce trop tard, car la concurrence est déjà trop présente ?

Les employés doivent être vus comme une vraie ressource et non pas comme un centre de coûts. Cependant, le recrutement de personnel qualifié et motivé reste un véritable défi pour la plupart des dirigeants d'entreprise. Les start-ups ont besoin d'un leader avec des compétences managériales et une vision stratégique claire et définie. Il doit utiliser des méthodes de gestion modernes et doit savoir déléguer les tâches à ses associés. Une bonne union au sein de l'équipe est cruciale, les personnes qui la composent doivent avoir la même vision, les mêmes objectifs et des compétences similaires ou complémentaires.

D'un point de vue financier, faire appel au Crowdfunding ou aux Business Angels peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de croissance de l'entreprise. En effet, le Crowdfunding

²⁸ EY (2018). *Quelles clés pour stimuler la croissance des pépites wallonnes ?* [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-quelles-cles-pour-stimuler-la-croissance-des-pepites-wallonnes/\\$FILE/EY-quelles-cles-pour-stimuler-la-croissance-des-pepites-wallonnes.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-quelles-cles-pour-stimuler-la-croissance-des-pepites-wallonnes/$FILE/EY-quelles-cles-pour-stimuler-la-croissance-des-pepites-wallonnes.pdf) (Consulté le 28 mars 2018)

²⁹ Blank S.G. (2006). *The Four Steps to the Epiphany*. https://web.stanford.edu/group/e145/cgi-bin/winter/drupal/upload/handouts/Four_Steps.pdf (Consulté le 22 août 2017)

apporte une communauté d'investisseurs. Selon l'intérêt que les investisseurs potentiels portent à son projet, l'entrepreneur va pouvoir évaluer si son produit ou son service est attractif, s'il doit amener des modifications aux caractéristiques de son produit, etc. L'entrepreneur réalise donc une étude de marché sans trop de difficultés en s'enregistrant sur une plateforme de Crowdfunding. Les Business Angels, quant à eux, vont apporter leurs réseaux de contacts et leurs expériences au sein de la société. C'est à l'entrepreneur de suivre leurs conseils dans le but d'obtenir une rentabilité plus élevée.

Il existe également en Belgique des organismes et mécanismes composés d'un réseau d'entrepreneurs expérimentés. Ceux-ci peuvent ainsi partager leurs expériences entre eux, apporter un espace de travail ainsi que des conseils et du soutien aux jeunes entrepreneurs qui tentent de se lancer dans le monde instable de la start-up.

METHODOLOGIE

Pour la réalisation de notre mémoire, notre recherche a été construite en deux étapes. Tout d'abord, la recherche de documentation nous a permis de nous informer au maximum sur le sujet des start-ups, sur les différents modes de financement et sur leurs avantages et inconvénients. La partie théorique nous a ainsi permis de mettre en évidence des concepts essentiels pour la suite de la rédaction de notre mémoire. Pour continuer notre recherche, un ouvrage³⁰ d'Omar Aktouf nous a aidés à trouver les techniques et méthodes les plus adaptés à notre sujet de recherche afin de nous guider au mieux vers notre objectif final. Ainsi, nous avons établi une méthodologie qualitative pour tenter de comprendre au mieux les comportements de chaque acteur. Taylor et Bogdan ont défini en 1984 la méthodologie qualitative comme « la recherche qui produit et analyse des données descriptives, telles que les paroles écrites ou dites et le comportement observatoire des personnes. »³¹ La recherche qualitative est le point central de notre mémoire et va nous aider à obtenir une quantité d'information suffisante pour tenter de répondre au mieux à notre problématique.

Ainsi, la problématique de recherche de notre mémoire s'articule autour de la question suivante :

Comment déterminer le mode de financement le plus adapté pour les start-ups en Belgique lors de la phase de lancement ?

Lors de la création de sa start-up, l'entrepreneur est plein d'interrogations. Est-ce que certains modes de financement sont plus accessibles lors de certaines étapes du développement ? Est-ce que certains modes de financement sont plus risqués que d'autres ? Est-ce que certains modes de financement apportent de la valeur ajoutée d'un point de vue stratégique ? Est-ce que certains modes de financement jouent un rôle dans l'accélération de la croissance ? Existe-t-il une stratégie financière qui puisse garantir le succès de la start-up ? Toutes ces questions méritent une analyse détaillée pour tenter de trouver la source de financement la plus adaptée à la start-up et ses besoins financiers et stratégiques. Le monde des start-ups

³⁰ AKTOUF, Omar (1987). *Méthodologie des sciences sociales et approche qualitative des organisations*. Québec : Presses de l'université du Québec. 190 pp.
http://classiques.uqac.ca/contemporains/Aktouf_omar/metho_sc_soc_organisations/metho_sc_soc_organisations.pdf (consulté le 15 mai 2018)

³¹ KAKAI H. (2008), *Contribution à la recherche qualitative*,
http://www.carede.org/IMG/pdf/RECHERCHE_QUALITATIVE.pdf (Consulté le 15 mai 2018)

étant vaste, nous avons décidé de nous concentrer sur la phase de lancement de la start-up, moment où le financement est le plus nécessaire, mais aussi le plus difficile à trouver puisque l'entrepreneur n'offre, à ce stade, encore aucune garantie de son succès. Nous avons également décidé de nous concentrer sur la Belgique pour avoir un travail plus pertinent en ce qui concerne les données et les recherches.

Notre approche suit ainsi une étude qualitative dont l'objectif est d'examiner les comportements des répondants afin de dresser un état des sources de financement qui s'offrent à eux et ensuite, de permettre la formulation d'hypothèses concernant les sources de financement les plus adaptées pour stimuler la croissance et la stratégie de leurs entreprises. A travers nos entretiens semi-directifs, nous avons, dans un premier temps, confronté la théorie et la pratique. Ensuite, dans un deuxième temps, nous avons tenté de séparer l'analyse selon les acteurs, leurs rôles et leurs retours sur investissement pour comparer au mieux la perception des acteurs présentant des caractéristiques similaires.

Afin de préparer au mieux notre recherche, nous avons créé un guide d'entretien dans le but d'établir des entretiens individuels semi-directifs avec plus de trente fondateurs de start-ups belges, un incubateur de start-up dans le Brabant Wallon, un manager en investissement de la Région wallonne, un membre d'une plateforme de crowdfunding et un membre d'un réseau de Business Angels. Pour cela, nous avons contacté les start-ups répondant à certains critères de sélection : le nombre d'employés, la phase du cycle de développement et la localisation de la start-up. Notre échantillon de répondants ne contient ainsi que des start-ups belges, ne contenant pas plus de quinze employés et se situant dans la phase d'idée, de concept, de développement ou de croissance.

Avant d'aller plus loin dans la présentation de nos données et de nos résultats, il est judicieux d'aborder certaines limites à notre travail. Ayant interviewé trente start-ups, nous sommes conscients du biais causé par le nombre d'entreprises présentes dans notre échantillon et les résultats obtenus doivent donc être examinés avec précaution. Ensuite, nous nous sommes, dans la partie pratique, concentrés principalement sur les quatre sources de financement les plus utilisées lors de la phase de lancement par notre échantillon. Il nous semble donc important de souligner que ces modes de financement doivent être généralisés dans chaque situation. Finalement, nous nous sommes avant tout orientés vers le financement des start-ups.

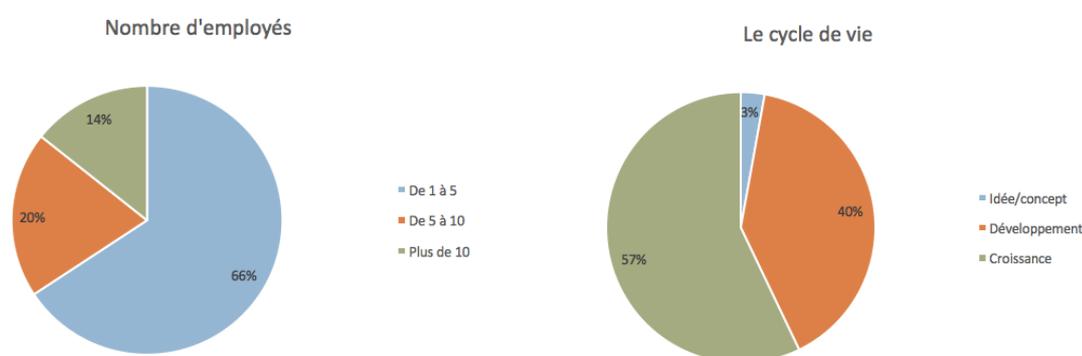
Il est cependant possible que d'autres caractéristiques non examinées entrent en jeu pour expliquer la réussite d'une start-up, par exemple le secteur d'activité de l'entreprise.

CADRE PRATIQUE

INTRODUCTION

Pour récolter les informations nécessaires à la rédaction de notre partie pratique, plus de trente start-ups ont participé à une interview d'une durée d'environ dix à quinze minutes sur les différents modes de financement utilisés. En parallèle à cela, des interviews individuelles ont également été réalisées avec des investisseurs et des incubateurs pour collecter des informations supplémentaires à propos du Crowdfunding, des aides et primes gouvernementales, des subsides, des Business Angels et des prêts bancaires.

A travers ces interviews, les start-ups ont partagé leurs informations et leurs expériences concernant leurs secteurs d'activités, leurs nombres d'employés, leurs phases de développement, leurs connaissances des sources de financement, leurs modes de financement utilisés, les montants respectifs de chacun, leurs avantages et inconvénients, leurs difficultés rencontrées, leurs stratégies pour éviter l'échec et leurs perspectives d'évolution. Les informations récoltées vont permettre de comparer leurs expériences et les sources de financement. Toutes les données récoltées au cours des interviews étaient exploitables et vont ainsi pouvoir être analysées tout au long de cette partie pratique.



Notre échantillon est composé de soixante-six pour cent de start-ups comptant un à cinq employés, vingt pour cent de start-ups comptant cinq à dix employés et quatorze pour cent de start-ups comptant un peu plus de dix employés. Etant donné que les start-ups sont de petites entreprises en voie de développement, il est normal que la majorité d'entre elles comptent moins de dix employés. De plus, il est très fréquent que les start-ups ne disposent pas de bâtiment propre à leurs entreprises, mais se développent dans des incubateurs offrant des espaces de coworking. Ces start-ups se trouvent toutes dans les premiers cycles de leurs

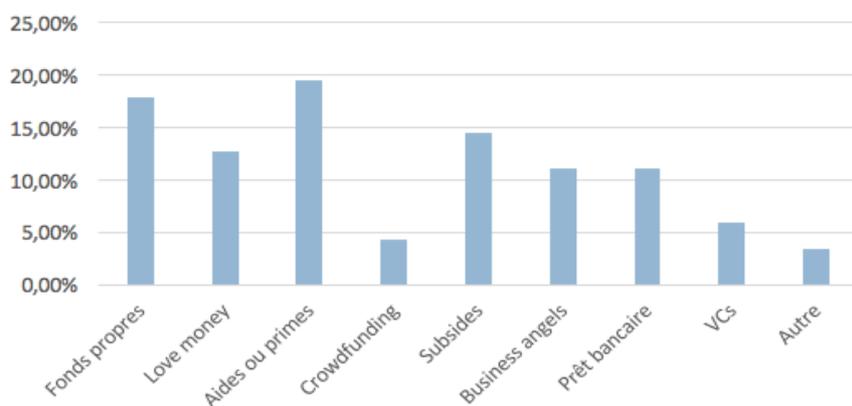
cycles de vie : trois pour cent d'entre elles sont dans la phase d'idée ou de concept, quarante pour cent dans la phase de développement et cinquante-sept pour cent dans la phase de croissance. Les secteurs d'activités sont très variés : alimentaire, événementiel, énergie, etc. Notre mémoire portant sur les modes de financement des start-ups utilisés lors de la phase de lancement, l'échantillon est ainsi parfaitement représentatif de la population des points de vue des caractéristiques 'taille' et 'phase du cycle de développement'. Etant donné que nous retrouvons des start-ups pour chaque catégorie, les résultats ne seront pas biaisés par ces facteurs.

SECTION 1 : LES SOURCES DE FINANCEMENT EN PRATIQUE

1. Les différentes sources de financement

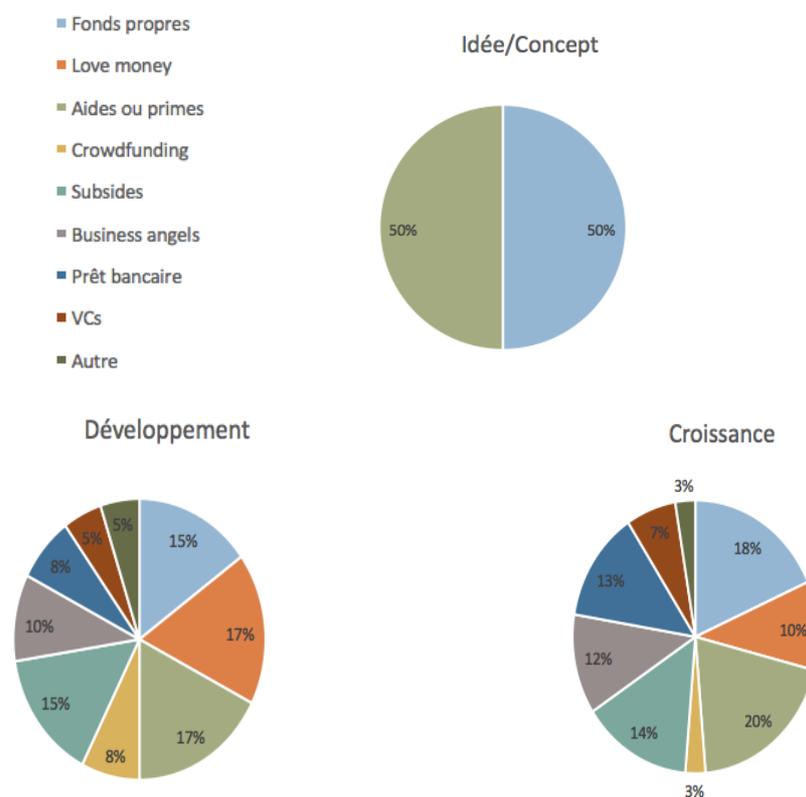
Chaque source de financement offre des avantages et inconvénients et certaines sont plus populaires que d'autres. Sur le graphe ci-dessous, nous pouvons comparer la répartition du financement des start-ups. Une méthodologie qualitative a des limites concernant la validité statistique, cependant nous trouvons intéressant de mettre en évidence les différents modes de financement utilisés et leurs utilisations selon la phase de développement et selon le fait que l'entrepreneur se finance par source unique ou multiple. Avec dix-neuf, dix-huit et quatorze pour cent respectivement, les aides et primes gouvernementales, les fonds propres et les subsides sont les trois sources de financement les plus utilisées. Ensuite, nous retrouvons le Love Money avec douze pour cent de répartition et les Business Angels et le prêt bancaire avec onze pour cent chacun. Nous remarquons cependant que le Crowdfunding et les Venture Capitalists comptent pour quatre et six pour cent respectivement. La popularité des sources de financement dépend de la phase du cycle de financement dans laquelle l'entrepreneur se trouve, de l'accessibilité à la source et de la connaissance de la source par l'entrepreneur. Parmi les fondateurs interrogés, vingt-neuf pour cent d'entre eux estiment avoir une mauvaise connaissance des possibilités qui s'offrent à eux et dix-sept pour cent procéderaient autrement si c'était à refaire. La raison principale donnée est qu'il y'a eu énormément d'évolutions dans le monde de la start-up et que certaines sources de financement, comme le Crowdfunding, commencent seulement à émerger depuis quelques années. D'autres entrepreneurs, par exemple Raphaël Dupriez de Little Food, jugent ne pas avoir assez de recul pour distinguer les avantages et inconvénients de chaque option qui s'offre à lui.

Les sources de financement



n=35 (il nous semble important de souligner les limites de l'étude qualitative dans la validité statistique)

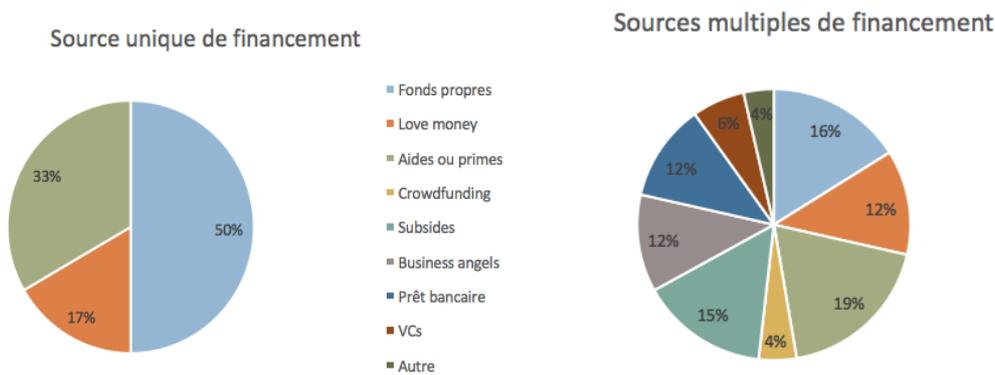
A ce stade, il semble judicieux de comparer les différentes sources de financement utilisées par notre échantillon de start-ups selon la phase du cycle de vie dans laquelle la start-up se trouve.



n=35 (il nous semble important de souligner les limites de l'étude qualitative dans la validité statistique)

Sur les graphiques ci-dessus, nous pouvons remarquer que, lors de la première phase d'idée, l'entrepreneur n'a accès qu'à ses fonds personnels et aux aides et primes gouvernementales. Une fois la phase de développement atteinte, l'entrepreneur commence à avoir accès aux fonds propres de ses proches, aux subsides, aux Business Angels, au Crowdfunding, au prêt bancaire et aux Venture Capitalists. Nous remarquons qu'une fois la phase de croissance atteinte, la start-up a déjà trouvé du financement antérieur et peut offrir des garanties aux investisseurs. Pour ces raisons, celle-ci a donc plus facilement accès aux Business Angels qui passe à une répartition de douze pour cent, au prêt bancaire qui passe de huit à treize pour cent et aux Venture Capitalists qui atteint le stade de sept pour cent. La start-up commence également à se développer et à générer des bénéfices et possède donc plus de fonds propres pour se financer. Nous pouvons également constater que le Crowdfunding est utilisé à huit pour cent pour les start-ups en phase de développement contre trois pour cent pour les start-ups en phase de croissance. Cela est sans doute dû au fait que les start-ups en phase de développement se sont lancées plus récemment sur le marché et par conséquent que le Crowdfunding commence réellement à émerger en Belgique depuis quelques années.

L'entrepreneur qui lance son projet ne peut pas directement avoir accès au prêt bancaire et à des investisseurs étant donné que celui-ci n'offre encore aucune garantie de succès. Il doit ainsi varier ses sources de financement et leurs montants associés. Selon Lucie Thieule et Florent Hainaut, la fondatrice de Les Débrouillardes et le fondateur de Bridgewater, lancer une start-up, c'est être dans l'obligation d'aller sur une combinaison de solutions. Vincent Vandemeulebroucke, fondateur de Exclusive Event SNC, insiste sur le fait que le choix des sources de financement est propre à chaque structure et à l'engagement personnel, les risques et les responsabilités que chaque entrepreneur est prêt à prendre. Pour Sébastien Leempoel, fondateur de Riaktr, tous les fonds aident l'entreprise à grandir, mais de façon différente. Edoardo Camilli met également l'accent sur le fait que chaque start-up a besoin de différentes options de financement adaptées à son cas, son secteur d'activité, la nature de l'entreprise. Par exemple, certaines entreprises ont besoin de plus gros investissements que d'autres, une entreprise sociale va par exemple se tourner vers des aides publiques, etc. Il est essentiel pour l'entrepreneur de choisir ses sources de financement au moment approprié, d'être prêt et d'avoir une bonne connaissance de son business pour gérer son temps de la manière la plus efficace possible.



n=35 (il nous semble important de souligner les limites de l'étude qualitative dans la validité statistique)

Cependant, nous constatons que dix-sept pour cent des start-ups interrogées se financent par une unique source. Dans ce cas-ci, la moitié des start-ups se sont financés uniquement avec leurs fonds personnels, un tiers en faisant appel aux aides et aux primes gouvernementales et un sixième en faisant appel aux 3F's, c'est-à-dire la famille, les amis et les proches. Les motivations de ces entrepreneurs sont d'investir petit à petit selon les projets et la demande, et de grandir ainsi en fonction des projets. Ils souhaitent valoriser l'entreprise par leurs propres moyens, développer leurs imaginations et leurs côtés astucieux. Plus il y'a de la demande, plus ils réinvestissent leurs fonds et grandissent. Selon Edoardo Camilli, Vincent Vandemeulebroucke et le fondateur de Neverland Medical Films, William Vergati, cela leur permet également de limiter le risque, de rencontrer moins de difficultés, de ne pas subir de pressions des investisseurs, de se concentrer à cent pour cent sur les clients et non sur les investisseurs et de garder l'entière responsabilité des parts de leurs entreprises. Le désavantage de ce mode unique de financement, selon ces mêmes entrepreneurs, est une croissance plus lente au début étant donné les fonds propres faibles de l'entreprise.

En ce qui concerne les start-ups se finançant par sources multiples, nous pouvons remarquer que la tendance n'est pas modifiée. En effet, les aides et primes gouvernementales, les fonds propres et les subsides restent les trois sources de financement les plus utilisées. Ces modes de financement sont suivis par le Love Money, les Business Angels et le prêt bancaire.

2. Avantages et inconvénients des sources de financement

- Les fonds propres et le Love Money

Soixante pour cent des start-ups se financent par fonds propres et quarante-trois pour cent par le Love Money, ce qui fait que les fonds propres ont eu répartition de dix-huit pour cent dans les sources de financement et le Love Money une répartition de treize pour cent. Les fonds propres et le Love Money est, selon les fondateurs, la méthode la plus simple, rapide et flexible pour créer une société. Sophie Neu est responsable de l'Yncubator à Louvain-la-Neuve, cet incubateur apporte du soutien, du coaching, un espace de coworking pour travailler et développer ses idées aux étudiants et jeunes diplômés dans la création de start-ups. Selon elle, il est primordial pour un entrepreneur d'amener sa propre part à l'entreprise en signe de bonne volonté avant de demander du financement externe et de partir à la recherche d'investisseurs. Le fait d'avoir réussi à convaincre sa famille, ses amis et ses proches à investir est également un critère lorsqu'un investisseur souhaite s'impliquer dans le projet.

Les fonds propres et le Love Money offrent une série d'avantages à l'entrepreneur : ce type d'apport est moins risqué et entraîne moins de difficultés, l'entrepreneur garde l'entièreté des parts et le contrôle de son entreprise et il ne subit pas de pression des investisseurs ou d'équipes de conseils. Le fait d'avoir moins de pression des investisseurs permet d'être plus indépendant et, comme l'exprime Edoardo Camilli, de rester concentré sur les clients et le besoin du marché. La majorité des fondateurs de start-ups font se financer par fonds propres et par Love Money en premier lieu, lorsqu'il est encore trop tôt pour lever des fonds. Pour continuer leurs projets, ce premier apport va leur donner de la crédibilité et une meilleure position de négociation, comme le souligne le fondateur de Co-Tools André Couchard. L'inconvénient souligné par les entrepreneurs est qu'en se focalisant sur les fonds propres et le Love Money, la croissance est lente. Les investisseurs permettent d'accélérer le processus et de se lancer plus vite sur le marché. Il nous semble donc essentiel, une fois la première levée de fonds exécutée auprès de son portefeuille et de ses proches, de poursuivre le projet avec d'autres sources de financement.

- Les aides et subsides

Les aides et subsides sont le mode de financement le plus utilisé par nos start-ups belges interrogées. Les aides et primes gouvernementales constituent vingt pour cent de la répartition

totale, et les subsides quatorze pour cent. Septante et un pour cent des start-ups interrogées ont fait appel aux aides gouvernementales ou aux subsides. Pour ces raisons, nous avons décidé d'y consacrer un chapitre plus tard afin d'approfondir ce sujet et d'énumérer les ressources mises à la disposition des start-ups ainsi que la liste des aides publiques proposées.

Tout comme les fonds propres et le Love Money, les aides et subsides sont un moyen simple, à la disposition des entreprises pour financer leurs projets et offrent une meilleure position de négociation face aux investisseurs. Ce prêt permet également de ne pas diluer les actionnaires existants qui gardent le contrôle de leur entreprise. Selon le fondateur d'UShoes, il n'y a pas beaucoup de garanties demandées, l'entrepreneur reçoit de l'argent qu'il ne doit pas forcément justifier. L'aide gouvernementale doit cependant correspondre au projet de la start-up. Il existe par exemple des aides à la consultance, des aides au dépôt de brevet, des aides au recrutement, des aides au design et au prototypage, etc. On ne choisit pas des subsides, on tente de les recevoir. Un autre point négatif pour certaines aides ou primes est le côté administratif. L'entrepreneur doit remplir beaucoup de dossiers et perd du temps précieux.

- Le Crowdfunding

Le Crowdfunding, autrement appelé financement par la foule, est un mode de financement qui émerge en Belgique depuis quelques années. Quatorze pour cent des start-ups interrogées ont eu recours à diverses sortes de Crowdfunding pour se financer, ce qui, dans la répartition totale des modes de financement, ne fait que 4 pour cent. Ce mode de financement semble être idéal lors de la phase de lancement de l'entreprise. Un certain nombre des entrepreneurs interrogés, dont Raphaël Dupriez, Killian Lafont, le cofondateur de Inno4events, ou Sylvain Lejeune, fondateur de Betrail, définissent le Crowdfunding comme apportant une réelle valeur ajoutée à l'entreprise autre que financière. Pour ces raisons, nous nous concentrerons dans une prochaine section sur ces caractéristiques et sur le fait que l'émergence en Belgique prenne plus de temps en comparaison avec ses pays voisins.

A ce stade du financement, les banques sont encore frileuses et le Crowdfunding permet ainsi de faire appel à des investisseurs sur une plateforme Internet de façon innovante. En plus de l'investissement récolté, la plateforme aide l'entrepreneur à créer de la notoriété autour du produit, de la visibilité marketing et un lien avec les investisseurs qui se sentent impliqués dans le projet et qui deviennent des ambassadeurs de marque, comme le citerait Laurent Karim, fondateur de Zendo. Selon Sophie Neu, responsable de l'Yncubator à Louvain-la-

Neuve, l'entrepreneur doit choisir le bon Crowdfunding en fonction du produit ou service qu'il offre, il doit s'interroger sur sa volonté à garder la totalité de ses parts ou non et voir jusqu'où il est prêt à donner. Il existe aujourd'hui en Belgique plusieurs plateformes. Sophie Neu insiste sur le fait de bien comparer, car certaines plateformes sont plus coûteuses que d'autres.

- Les Business Angels

Les entrepreneurs commencent à faire appel aux Business Angels lors de la phase de développement. Cependant, nous constatons que ce mode de financement est plus présent dans la phase de croissance. Jonathan Schockart, cofondateur de Listminut, s'est confié sur le regret de s'être lancé trop tôt avec les Business Angels. Selon lui, il est important d'avoir une bonne connaissance du business, déjà une part de profits et d'être prêt pour ne pas perdre de temps. Pour beaucoup de fondateurs, dont Cédric Neve de Digiteal ou Thibaut Roberti de Lawbox, les Business Angels amènent de la smart money à la start-up, c'est-à-dire qu'ils n'offrent pas uniquement de la valeur monétaire, mais mettent à la disposition de l'entreprise un réseau et de l'expertise. Grâce à leurs expériences, ils peuvent conseiller et participer aux choix stratégiques. Pour les entrepreneurs, cet apport de valeurs ajoutées fait la différence. Pour faire appel aux Business Angels, l'entrepreneur doit être prêt à laisser des parts de sa société en échange de cet apport. Pour ces raisons, nous avons décidé de consacrer une section pour approfondir le sujet des Business Angels, leurs caractéristiques et leurs motivations.

- Le prêt bancaire

Tout comme les Business Angels, le prêt bancaire est un mode de financement utilisé après avoir eu accès à une première levée de fonds. Par conséquent, il est plus fréquent que les start-ups fassent appel aux banques lors de leurs phases de croissance.

L'avantage du prêt bancaire est que, contrairement aux Business Angels, les fondateurs conservent la totalité des parts de leurs entreprises. Cependant, les banques restent encore très frileuses à l'égard des start-ups. Nous avons également décidé d'analyser ce mode de financement et la place des banques dans le monde des start-ups dans une section ultérieure.

- Les Venture Capitalists

Les Venture Capitalists ne constituent que six pour cent du mode de financement dans notre échantillon de start-up. Nous pouvons noter qu'il est rare, dans la phase de lancement, de faire

appel aux Venture Capitalists. En effet, ces investisseurs attendent énormément en retour des entrepreneurs. Cependant, quelques entrepreneurs font appel aux Venture Capitalists assez tôt dans leur développement. Par exemple, le fondateur d'Itinari nous a confié son souhait d'avoir des Venture Capitalists assez tôt pour avoir la garantie d'avoir des actionnaires disposant de moyens financiers tout au long de son projet.

Comme les Business Angels, les Venture Capitalists, en plus de l'apport financier, mettent à disposition de la start-up de l'expertise et un réseau, ce qui facilite l'accélération du projet. Marc Coppens, fondateur de Tessares, nous a cependant parlé de la difficulté d'avoir plusieurs actionnaires autour de la table. En effet, les divergences de stratégies et les divergences d'intérêt entre actionnaires et fondateurs peuvent créer de nombreux conflits. Si l'entrepreneur compte sur le soutien stratégique des Venture Capitalists, il est important qu'il se renseigne bien sur son choix, car certains actionnaires peuvent apporter plus d'investissement personnel que d'autres selon sa motivation dans le projet.

SECTION 2 : LE CROWDFUNDING

Le Crowdfunding n'existe que depuis quelques années, mais son utilisation et le nombre de plateformes de Crowdfunding est en plein essor. Pour ces raisons, nous avons décidé de consacrer une section de notre mémoire au Crowdfunding, ses avantages et inconvénients et la bonne façon de lancer une campagne pour garantir son succès.

1. Qu'est-ce que le Crowdfunding ?

Comme nous l'avons dit précédemment, le Crowdfunding est en pleine période de croissance depuis quelques années en Belgique. Cependant, nombreux sont ceux qui ignorent l'existence de ce mode de financement. En effet, selon une étude menée par le bureau d'étude IVOX³², presque la moitié de la population belge n'a jamais entendu parler du Crowdfunding. Avant d'aller plus loin, nous allons commencer par définir ce terme.

Généralement, les entrepreneurs font appel au Crowdfunding lors de la phase de lancement, après avoir fait appel aux 3F's et avant d'avoir recours aux Business Angels. Contrairement aux sources de financement traditionnelles où l'entreprise se finance à l'aide d'un nombre limité d'investisseurs institutionnels investissant de grandes sommes, le Crowdfunding, littéralement traduit « financement participatif », s'adresse via une plateforme internet à un large nombre de personnes, la foule ou « the crowd » en anglais, investissant chacun de petites sommes en échange d'une rémunération préalablement définie.

Selon Brabham, le Crowdfunding est uniquement une source de financement alternative aux sources traditionnelles qui consistent à trouver du soutien financier par la foule afin de pouvoir développer un projet sur le marché. Selon la définition de cet ouvrage, il s'agit de « faire appel au portefeuille collectif, permettant à un large éventail d'individus de remplacer les banques et autres institutions comme source de financement³³».

³² KBC Bolero-Crowdfunding (2015). *Enquête Bolero Crowdfunding. La première grande enquête sur le crowdfunding scinde la population belge en deux*. <https://newsroom.kbc.com/enquete-bolero-crowdfunding#> (Consulté le 28 septembre 2016). Société du groupe KBC

³³ Onnée, S. & Renault, S. (2014). *Crowdfunding : vers une compréhension du rôle joué par la foule*. *Management & Avenir*, 74,(8), 117-133. doi:10.3917/mav.074.0117.

2. Les types de Crowdfunding

Ainsi, le Crowdfunding fait appel aux investissements de la foule de trois manières différentes :

- Donations/reward

L'entrepreneur récolte des fonds via la plateforme de Crowdfunding sans bénéfice en contrepartie pour la foule en cas de donations et avec des récompenses non financières en cas de reward. Par exemple, la start-up Les Débrouillardes vend des cours de bricolage pour les femmes. La fondatrice des Débrouillardes offre des cours gratuits de façon proportionnelle à l'argent investi sur la plateforme de Crowdfunding. Les récompenses sont plus symboliques et valent moins que l'investissement lui-même. Cela peut par exemple être des produits gratuits, des tickets à des événements, etc.

- Crowdlending

La start-up emprunte de l'argent à la foule via la plateforme de Crowdfunding. Le fondateur de la start-up et la plateforme définissent l'instrument par lequel la foule va être remboursée, par exemple en argent ou en obligation. Dans le cas d'un prêt social, le fondateur ne devra pas payer d'intérêt sur son prêt.

- Crowdequity

Dans ce type de Crowdfunding, la foule reçoit des parts de la société en échange du financement apporté via la plateforme.

3. L'émergence du Crowdfunding en Belgique

Ces dernières années, le Crowdfunding a émergé et connaît depuis une croissance à la hausse. Les trois types de Crowdfunding ont un rendement de croissance comparable.

Cependant, en comparaison avec les autres pays comme les Pays-Bas ou le Royaume-Uni, ces chiffres sont assez faibles. Plusieurs raisons expliquent le retard de la Belgique en matière d'investissement dans le Crowdfunding. Tout d'abord, la culture belge limite la prise de risque et le marché du Crowdfunding n'est pas encore très connu. Ensuite, la Belgique a eu du retard sur les autres pays en matière d'avantage fiscal pour les investisseurs, ce qui a rendu le Crowdfunding plus attrayant. Finalement, la limite d'investissement fixée à mille euros dans

le cas des projets devant récolter plus de cent mille euros est trop basse dans le cas du Crowdlending et du Crowdequity.

En raison de sa nature culturelle, créative, solidaire et entrepreneuriale, le Crowdfunding fait désormais partie des tendances majeures actuelles dans le financement de projet. Ainsi, comme nous pouvons le voir sur le graphe ci-dessous, plusieurs plateformes ont vu le jour en Belgique. Le rôle principal d'une plateforme est de jouer l'intermédiaire entre l'entrepreneur et l'investisseur. Ainsi, l'investisseur passe par la plateforme qui regroupe l'ensemble des participations pour l'entrepreneur.



Source : KBC³⁴

En Belgique, les plateformes connaissant le plus de succès sont Look&fin, désormais appelé Spreds, Mymicroinvest et SoCrowd.

Mymicroinvest a été créé en 2012 par d'anciens entrepreneurs dans le but de développer l'entrepreneuriat. Cette plateforme se concentre avant tout sur le Crowdequity et développe également le Crowdlending.

³⁴ Bolero Crowdfunding (2016). *Une croissance rapide dans un terreau fertile*. https://www.kbc.com/fr/system/files/doc/newsroom/other/BoleroCrowdfunding_Whitepaper_20160203_FR_LR.PDF (Consulté le 20 mars 2018)

Spreds est également opérationnelle depuis 2012. Cette plateforme se concentre sur le Crowdlending. Une particularité de la plateforme Spreds est qu'elle renseigne l'investisseur des risques de chaque projet en les notant.

SoCrowd offre une méthode de financement différente des deux autres plateformes. Cette plateforme se concentre avant tout sur les projets à valeur sociale et les investisseurs ne bénéficient d'aucun intérêt. L'entrepreneur doit lui-même obtenir le prêt et SoCrowd double ensuite le montant levé.

4. Comment et quand lancer une campagne de Crowdfunding ?

Lors de la phase de lancement, les entrepreneurs ont des difficultés à trouver du financement étant donné qu'ils n'offrent encore aucune garantie. Ils font alors appel au Crowdfunding lorsqu'ils se retrouvent confrontés à l'« Equity Gap », phase lors de laquelle ils ne peuvent pas se tourner vers les Business Angels ou les banques parce que le projet est à un stade de développement prématuré ou parce que le montant qu'ils demandent est assez faible. Le Crowdfunding va alors apporter une solution à cet « Equity Gap » en répondant aux besoins des entrepreneurs.

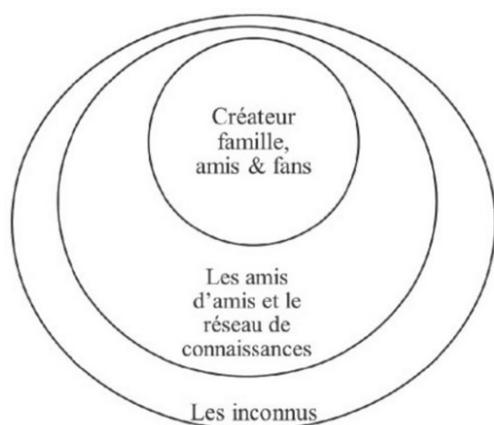
Pour se lancer dans le Crowdfunding, il ne suffit pas de déposer le projet sur la plateforme. Il y'a un réel travail et une réelle campagne où la communication, le message et son interprétation sont cruciaux. Selon Agrawal et Hewer³⁵, lorsque l'entrepreneur se lance sur une plateforme de Crowdfunding, le processus se fait en trois étapes, suivant trois cercles d'investisseurs comme sur le graphe ci-dessous.

Avant de lancer sa campagne de Crowdfunding, il est important de sensibiliser et de contacter des personnes influentes afin d'évaluer les soutiens potentiels du projet. Cette première démarche a donc pour objectif d'avoir l'avis des potentiels adeptes du projet. Une autre façon de sensibiliser la foule est de faire appel aux médias et aux réseaux sociaux ou encore l'organisation d'un concert ou d'un événement caritatif pour augmenter la notoriété du projet.

³⁵ Onnée, S. & Renault, S. (2014). *Crowdfunding* : vers une compréhension du rôle joué par la foule. *Management & Avenir*, 74,(8), 117-133. doi:10.3917/mav.074.0117.

Une fois la campagne lancée, celle-ci dure une quarantaine de jours. De nouveau, il ne suffit pas de poser son projet sur la plateforme, il faut savoir faire vivre son projet en le mettant en évidence grâce à des messages, des vidéos, photos de l'équipe, etc. afin que le projet soit largement diffusé. Les pages projet sont régulièrement mises à jour et c'est dans cette phase que le projet a le plus de visibilité. Il est également important de laisser des commentaires et des remerciements à la communauté pour qu'elle se sente valorisée et impliquée dans le projet.

Enfin, une fois la campagne finie et l'argent récoltés, il est temps d'envoyer les récompenses ou autres à la foule ayant participé au projet. Selon la théorie, investir dans le Crowdfunding en donations/rewards n'est pas toujours fait sans intérêt. Par exemple, un entrepreneur peut investir dans le projet d'un autre en espérant une contrepartie dans son propre projet.



Source : Inspiré d'Agrawal (2010) et d'Hemer (2011)

5. Avantages et inconvénients

On retrouve trois acteurs sur une plateforme de Crowdfunding. Tout d'abord, la plateforme qui conseille le porteur de projet. Ensuite, l'entrepreneur qui tente de récolter de l'argent et de valoriser son projet. Le troisième acteur est la foule qui participe financièrement ou contribue à faire connaître la campagne. Chacun des trois acteurs trouve ainsi des avantages qui leur sont propres.

a) Pour l'entrepreneur

Le Crowdfunding est une source de financement alternative idéale lorsque l'entrepreneur décide de lancer son projet. Cette source de financement s'inscrit dans une finance positive. En effet, tout au long de sa campagne, l'entrepreneur reçoit des messages des investisseurs pour l'encourager et le soutenir³⁶. Evidemment, l'entrepreneur n'arrivera pas à financer son projet en n'utilisant que le Crowdfunding, il doit combiner sa levée de fonds avec d'autres sources de financement.

En s'inscrivant sur la plateforme, le pouvoir de la foule procure à l'entrepreneur un réel outil marketing. Selon les fondateurs de start-up interrogés, le Crowdfunding permet d'augmenter la reconnaissance de la marque et du produit. De plus, selon la théorie, la communauté s'implique réellement dans le projet, ce qui donne au projet un pouvoir relationnel et émotionnel³⁷. La foule devient ainsi ambassadrice du projet en le partageant sur les réseaux sociaux ou par le bouche-à-oreille par exemple. Selon G. Goasdoué, lancer une campagne de Crowdfunding s'inscrit plus dans une opération de communication plutôt qu'une opération financière³⁸. De plus, l'entrepreneur reçoit un feedback et peut ainsi adapter son produit en fonction de sa clientèle ce qui s'inscrit dans une approche Minimum Viable Product (MVP) qui consiste à tester le produit en plusieurs phases afin de répondre au maximum à la demande du marché. Selon la théorie, la foule a un rôle de conseil actif dans le processus et met à la disposition de l'entrepreneur ses connaissances, sa créativité et sa disponibilité³⁹. Une façon de garantir le succès de la campagne est d'être « emporté par la foule ».

Lancer une campagne de Crowdfunding demande du temps et de l'effort afin d'attirer la foule. La plupart du temps, les entrepreneurs s'imaginent que le Crowdfunding est un moyen

³⁶ Onnée, S. & Renault, S. (2014). *Crowdfunding* : vers une compréhension du rôle joué par la foule. *Management & Avenir*, 74,(8), 117-133. doi:10.3917/mav.074.0117.

³⁷ Onnée, S. & Renault, S. (2014). *Crowdfunding* : vers une compréhension du rôle joué par la foule. *Management & Avenir*, 74,(8), 117-133. doi:10.3917/mav.074.0117.

³⁸ Goasdoué, G. (2016). Le recours au financement participatif par les médias d'information : levier de communication, travail en soi, idéologie marchande. *Questions de communication*, 29,(1), 289-306.

³⁹ Onnée, S. & Renault, S. (2014). *Crowdfunding* : vers une compréhension du rôle joué par la foule. *Management & Avenir*, 74,(8), 117-133. doi:10.3917/mav.074.0117.

facile et rapide de récolter des fonds et sous-estiment l'investissement nécessaire. Selon la plateforme de Crowdfunding Spreads, le manque d'investissement et de sérieux est la première cause de refus de projets. De plus, lorsque l'entrepreneur lance sa campagne, il investit son temps sans n'avoir aucune estimation des résultats et des gains futurs. Et même si la campagne est un succès, la somme des fonds récoltés reste limitée. En Belgique, le montant maximum est de cent mille euros ou trois cent mille euros si le montant investi par chaque investisseur ne peut dépasser mille euros⁴⁰.

Selon Alain Etienne, certaines start-ups auront plus facile à se lancer dans une campagne de Crowdfunding que d'autres, dans le cas d'un produit plutôt qu'un service par exemple. Selon la théorie⁴¹, le Crowdlending et le Crowdequity ne sont adaptés qu'à certains projets dû à leurs dispositifs différents du Crowdfunding par donation ou reward.

Un autre inconvénient est que, dans le cas du Crowdequity, avoir une large quantité de petits actionnaires peut causer des problèmes dans les décisions futures de l'entreprise lors des assemblées générales.

De plus, le projet de l'entrepreneur est exposé au monde entier. Il est donc plus facile pour les compétiteurs de s'inspirer des idées.

b) Pour les investisseurs

Contrairement aux investissements traditionnels, l'investisseur peut investir de plus petits montants, ce qui limite le risque pour lui. Dans le cas du Crowdlending et du Crowdequity, il peut recevoir en retour des montants bien plus significatifs qu'avec des investissements traditionnels.

⁴⁰ KPMG (2014). *Crowdfunding in Belgium – 2014*.
<https://www.febelfin.be/sites/default/files/InDepth/crowdfunding-brochure.pdf> (Consulté le 27 mars 2018).
KPMG Advisory

⁴¹ Mejri, I., Hamouda, M. & Trabelsi, D. (2018). *Crowdequity et Crowdlending : deux alternatives de financement des TPE/PME. Le cas de l'entreprise Gifts for Change. Annales des Mines - Gérer et comprendre*, 131,(1), 36-50

De plus, en soutenant la cause et l'économie, il peut se sentir impliqué dans le projet, principalement dans le cas des start-ups à caractère social. Selon la théorie⁴², les principales motivations des investisseurs sont d'obtenir des récompenses et donc un retour sur leurs investissements, mais également le caractère social, c'est-à-dire faire partie d'une communauté et aider les autres en soutenant un projet. Cependant, un facteur affectant la motivation est de trop solliciter les individus ou encore l'attente trop longue des récompenses.

Lorsqu'un investisseur décide de se lancer dans le Crowdfunding, il reçoit désormais un avantage fiscal, appelé « Tax Shelter », qui permet au particulier qui participe au capital d'une start-up de déduire de trente à quarante-cinq pour cents de son investissement dans sa déclaration d'impôt des personnes physiques⁴³.

Cependant, l'investisseur doit rester prudent et il est déconseillé d'investir uniquement dans le but de recevoir un avantage fiscal. Investir dans le Crowdfunding peut être risqué.

L'investisseur n'a aucune garantie du succès du projet et par conséquent, de revoir un jour son argent. De plus, la transparence dans la relation entre la foule et l'entrepreneur est limitée, l'investisseur ne connaît donc pas avec précision l'avancée et les dernières évolutions du projet. Enfin, quand l'investisseur décide d'investir sur une plateforme internet, il doit être prudent aux éventuelles fraudes.

c) Pour la plateforme

D'un point de vue de la plateforme, sa rémunération passe via des commissions. Son objectif principal est avant tout de poursuivre sa croissance économique.

Un autre objectif pour les plateformes de Crowdfunding est de développer l'entrepreneuriat. Par exemple, les fondateurs de Mymicroinvest sont d'anciens entrepreneurs qui souhaitent aider les nouvelles générations d'entrepreneurs.

⁴² Onnée, S. & Renault, S. (2014). *Crowdfunding* : vers une compréhension du rôle joué par la foule. *Management & Avenir*, 74,(8), 117-133. doi:10.3917/mav.074.0117.),

⁴³ Bolero Crowdfunding (2016). *Une croissance rapide dans un terreau fertile*. https://www.kbc.com/fr/system/files/doc/newsroom/other/BoleroCrowdfunding_Whitepaper_20160203__FR_LR.PDF (Consulté le 20 mars 2018)

Plusieurs plateformes ont vu le jour ces dernières années en Belgique. Pour rester compétitifs, les créateurs de plateforme doivent garder des prix comparables à ceux des autres et créer une offre capable d'attirer une large communauté d'investisseurs. En ce qui concerne le Crowdfunding, les réseaux sociaux ont donc une place importante pour garantir le succès du projet, mais également de la plateforme.

Les pouvoirs publics travaillent également sur une mesure fiscale favorisant les investissements. Cependant, les plateformes qui n'obtiendront pas cet avantage seront soumises à rude pression due à la compétition.

SECTION 3 : LES BUSINESS ANGELS

Dans cette section, nous allons tenter d'apporter des informations supplémentaires sur les différents types de Business Angels, leurs émergences en Belgique, leurs motivations et le processus mis en place lorsque l'entrepreneur fait appel à eux.

1. Qu'est-ce-qu'un Business Angel ?

Un Business Angel est « un bailleur de fonds privé qui investit personnellement dans le capital de société non cotée en bourse. »⁴⁴. Un Business Angel, souvent ancien entrepreneur ou chef d'entreprise lui-même, apporte de la smart money à la start-up en phase de lancement. En effet, en plus de l'investissement financier, il offre grâce à son expérience dans l'entrepreneuriat, du coaching, son expérience, ses compétences, son réseau et son temps en échange de parts minoritaires dans la société allant de dix à trente pour cent⁴⁵. En d'autres termes, le Business Angel ou « investisseur providentiel » est « une personne physique qui va investir une part de son patrimoine dans une jeune société ayant un fort potentiel innovant. »⁴⁶

Le Business Angel peut intervenir dans toutes les étapes du cycle de vie de la start-up. Cependant, il est beaucoup plus fréquent de retrouver ce type d'investisseurs dans la phase de lancement, dites la phase « d'amorçage », après que l'entrepreneur ait déjà obtenu certaines garanties.

2. Les types de Business Angels

Les Business Angels sont des personnes physiques qui investissent une part de leurs patrimoines dans une entreprise dont le risque est élevé. Cependant, ils peuvent se différencier par leurs parcours de vie, leurs motivations et leurs attentes.

Ainsi, certains sont d'anciens cadres d'entreprises possédant d'importants moyens financiers, certains sont d'anciens entrepreneurs ayant déjà créé une société auparavant ou certains

⁴⁴ 1819.brussels (2016). *Financement de votre entreprise par le biais de Business Angels*. <http://www.1819.be/fr/content/financement-de-votre-entreprise-par-le-biais-de-business-angels> (Consulté le 22 mars 2018)

⁴⁵ Finance & Stratégie (2015). *L'apport des Business Angels aux entrepreneurs*. <http://www.finance-strategie.com/apport-business-angels-entrepreneurs/> (Consulté le 25 mars 2018)

⁴⁶ Actinnovation (n.d). *Définition du terme : Business Angel*. <http://www.actinnovation.com/innobox/glossaire-innovation/lettre-b/definition-business-angel> (Consulté le 22 mars 2018)

encore sont membres d'une « family office », c'est-à-dire qu'ils investissent en famille sur un même projet. Parmi les fondateurs de start-up interrogés, certains ont fait appel à des Business Angels indépendants et d'autres ont choisi de faire appel à un réseau. Par exemple, Alain Etienne, fondateur de Kazidomi, a rencontré un Business Angel indépendant grâce à son propre réseau de contacts. Kévin Tillier, le fondateur de Myskillcamp, lui, a présenté son projet devant un réseau de Business Angels pour avoir la chance de récolter plus de fonds dans son projet.

Pour les différencier, il existe cinq types de Business Angels⁴⁷ :

- Le Business Angel corporatif

Le Business Angel corporatif est un ancien cadre supérieur d'une grande société qui veut investir dans un projet à la fois. Il investit généralement un certain montant venant de sa retraite ou de ses indemnités de départ.

- Le Business Angel entrepreneur

Le Business Angel entrepreneur est un entrepreneur ayant revendu son entreprise qui souhaite élargir ses activités et diversifier son portefeuille. Il investit généralement de plus gros montants et apporte son expérience. Grâce à son activité antérieure et ses compétences, il est le plus actif des Business Angels.

- Le Business Angel enthousiaste

Ces Business Angels investissent de façon moins professionnelle et moins active que les autres, ils voient leurs participations dans la start-up comme un loisir. Ils investissent de petites sommes dans plusieurs entreprises.

- Le Business Angel de micromanagement

Ces Business Angels ne cherchent pas à avoir une participation active au sein de l'entreprise, mais prennent leur place dans le management au conseil d'administration de l'entreprise pour avoir un contrôle sur leurs investissements et leurs rendements sur investissements.

⁴⁷ Breakthrough e-Coach (n.d.). Venture Financing: Business Angels – Types of Business Angels. http://www.1000ventures.com/venture_financing/ba_types_by_evanson.html (Consulté le 24 mars 2018)

- Le Business Angel professionnel

Ils souhaitent investir dans des start-ups dans lesquelles ils peuvent apporter leurs expériences et leurs expertises obtenues grâce à leurs professions. Ils sont doués dans un domaine, comme la santé ou le droit, et investissent avec leurs pairs.

3. L'émergence des Business Angels en Belgique

Les Business Angels investissent seul ou par le biais d'un réseau de Business Angels pour un montant allant de vingt-cinq mille à deux cent cinquante mille euros en général⁴⁸. Un réseau de Business Angels est « une organisation juridiquement formalisée permettant la mise en relation d'investisseurs potentiels et de porteurs de projets en recherche de financement.⁴⁹ » Le fait de travailler dans un réseau permet de garantir de la transparence pour le fondateur et le Business Angel ainsi qu'une mise en place structurée de l'offre et de la demande où les projets sont triés dès leurs introductions. En résumé, le réseau crée ainsi un lieu de rencontre entre les Business Angels et les entrepreneurs, entre l'offre et la demande et facilite la mise en contact.

Ces réseaux sont apparus pour aider les start-ups étant donné leurs difficultés à se faire financer par les modes plus traditionnels, leurs besoins en expertise et leurs besoins en contacts utiles pour leur permettre plus de chance de succès.

Deux réseaux de Business Angels ont émergé en Belgique : Be Angels pour la Wallonie et Bruxelles et Business Angels Network Vlaanderen, BAN, pour la Flandre.

Be Angels, créé en 1999, compte aujourd'hui cent nonante membres et deux cent cinquante entreprises financées depuis sa création. BAN, créé en 2004, compte deux cent vingt-cinq membres. Tous les ans, le réseau sélectionne cent projets et en finance un nombre allant de vingt à trente.

⁴⁸ BAN (n.d.). Business angels network vlaanderen – voor ondernemers. <https://www.ban.be/voor-ondernemers> (Consulté le 21 mars 2018)

⁴⁹ 1819.brussels (2016). *Financement de votre entreprise par le biais de Business Angels*. <http://www.1819.be/fr/content/financement-de-votre-entreprise-par-le-biais-de-business-angels> (Consulté le 22 mars 2018)

4. Comment faire appel aux Business Angels ?

Pour faire appel au réseau de Business Angels, l'entrepreneur doit tout d'abord soumettre sa candidature sur le site Internet avec une série de documents de quelques pages sur la présentation de son projet. L'examen de la candidature est assez sévère, le comité juge de la crédibilité, de la faisabilité et de la réussite potentielle du projet. Une fois le projet examiné, le réseau peut inviter l'entrepreneur à présenter un « elevator pitch », un discours de sept minutes suivi d'une séance de questions-réponses d'une durée de sept minutes également, devant un comité de sélection composé des membres les plus actifs du réseau et certains partenaires. Ensuite, l'entrepreneur peut être invité à participer à un forum d'investissement. Il s'agit d'une assemblée d'investisseurs qui se tient une fois par mois où l'entrepreneur peut présenter son projet pendant dix minutes. Les investisseurs, présents ou non, reçoivent une fois par mois une liste de projets confidentiels avec un descriptif complet. Si la présentation a convaincu un ou plusieurs Business Angels, le réseau se charge d'organiser un premier contact, un « deal-making ». Les investisseurs vont alors pouvoir examiner le projet plus en détail et rentrer dans des négociations avec l'entrepreneur concernant le financement et les conditions de l'entrée au capital. Ces réunions sont encadrées par un Dealmaker, un représentant du réseau responsable du bon déroulement des attentes de chacun. Le réseau de Business Angels accompagne également l'entrepreneur dans la préparation de son dossier et dans son processus de négociation. En réponse à cela, l'entrepreneur peut avoir la possibilité de signer un contrat Entrepreneur. Le projet sera financé une fois le pacte d'actionnaires signé et les premières réunions de travail pourront débuter.

Toute cette procédure, de la candidature à la signature du contrat, dure plusieurs mois. Il faut que l'entrepreneur mette au point la mise en forme de son projet, réunisse le comité et l'assemblée d'investisseurs, signe le contrat et finalise la levée de fonds. La durée moyenne, pour un projet, est d'environ un an.

En vue du nombre d'entreprises et de la variété du secteur d'activité, l'entrepreneur doit fournir un réel travail personnel pour trouver le Business Angel qui correspond à l'image de sa start-up, aussi bien en taille d'investissement qu'en matière d'expériences, du réseau et du secteur. Les Business Angels doivent tout d'abord répondre au projet, ce qui crée une première sélection pour l'entrepreneur. Selon Alain Etienne, fondateur de Kazidomi, un point positif dans le fait de faire appel aux Business Angels, contrairement au Crowdfunding, est que l'entrepreneur peut décider des investisseurs avec qui il veut travailler ou non. Une vraie

relation de confiance peut ainsi s'installer entre l'entrepreneur et le Business Angel qui investit ses propres fonds dans la start-up. L'entrepreneur doit savoir partager les informations et gérer les éventuelles pressions afin de créer un dialogue constructif et par conséquent, une vraie relation de confiance et de travail. Comme signe de bonne volonté, le Business Angel signe une charte déontologique et un engagement de confidentialité.

En ce qui concerne les coûts de cette démarche, le dépôt de la candidature est gratuit pour l'entrepreneur. En référence à cette candidature, il va devoir payer une taxe de formation d'un montant d'environ trois cents euros. Ce montant inclut la formation, l'analyse du business plan et la mise en forme du projet fourni dans une newsletter aux investisseurs. Si l'entrepreneur veut participer à une assemblée d'investisseurs, il doit payer une taxe supplémentaire d'environ deux cents euros. Ce prix inclut également la mise en contact avec les investisseurs providentiels et un coaching personnalisé pour l'aide à la présentation orale. Si le contact est un succès et que les Business Angels souhaitent s'investir dans le projet, une commission applicable est due par l'entrepreneur dont la somme dépend du montant investi. Le taux de la commission sera de cinq pour cent pour un montant investi inférieur à cinq cent mille euros, de quatre pour cent pour un montant entre cinq cent mille et un million d'euros, et de trois pour cent pour un montant supérieur à un million d'euros⁵⁰.

5. Motivations des Business Angels

a) Les questions que se posent les Business Angels avant d'investir

Le Business Angel fonctionne au coup de cœur, il s'intéresse au projet et à son aspect environnemental, sociétal et culturel.

Il est avant tout à la recherche d'un projet innovant à fort potentiel de croissance qui peut lui apporter un retour sur investissement. C'est pourquoi, la qualité de l'équipe, celle de l'entrepreneur et la propriété intellectuelle rentre tout autant dans les critères lorsqu'ils décident de financer ou non l'entrepreneur. Le Business Angel attend de l'entrepreneur un business plan clair, un forecast solide, un produit ou un service déjà développé avec des ventes. Le produit ou le service est présenté dans un executive summary de deux à trois pages. Le Business plan, quant à lui, fait une cinquantaine de pages et doit contenir des informations

⁵⁰ BeAngels (2013). Entreprendre. <http://www.beangels.eu/entreprendre/> (Consulté le 21 mars 2018)

sur l'équipe, l'entreprise, le marché, et le projet de développement. Pour convaincre l'investisseur, l'entrepreneur doit apporter des précisions sur la situation actuelle de son entreprise, sur le problème et la solution qu'il apporte aux besoins des consommateurs, sur la taille du marché et la présence des concurrents, sur le plan stratégique, sur les étapes du développement de la start-up et un détail de l'utilisation de l'investissement.

Généralement, chaque Business Angel décide de se concentrer sur un certain secteur d'activité selon son expérience et son propre vécu et sur les entreprises à proximité pour participer plus facilement à la prise de décision et pour s'investir dans leurs régions.

Selon nos recherches, l'équipe est le critère le plus important lorsque l'entrepreneur décide de se lancer dans le projet, elle doit être complémentaire et compétente autant dans le secteur d'activité que dans le management.

b) Pourquoi devenir Business Angel ?

Selon une enquête de la recherche ZEW⁵¹, centre de la recherche économique européenne, le secteur des Business Angels est en pleine croissance et soixante pour cent des Business Angels européens prévoient que leurs investissements croissent d'au moins cinq pour cent dans le futur.

Lorsque le Business Angel investit dans une société, il contribue à la stimulation de la croissance économique en Belgique à travers la mise au point et la promotion de l'entrepreneuriat. Ainsi, il participe à la création d'entreprises innovantes et à la création d'emplois.

Le facteur le plus important pour un Business Angel est la croissance de l'entreprise. Si l'entrepreneur ne montre pas de potentiel de croissance ou n'a pas cette ambition, il sera difficile pour lui de convaincre l'investisseur. En effet, le Business Angel a une vision de long terme et attend une plus-value sur le montant investi. Après quelques années de croissance, idéalement après une période de trois à cinq ans, une sortie est généralement générée par

⁵¹ Elbert S. (n.d.). L'Europe a besoin d'un écosystème financier pour les business angels.

<https://www.zew.de/en/das-zew/aktuelles/europa-braucht-ein-finanzzoekosystem-fuer-business-angels/> (Consulté le 30 juin 2018)

rachat d'entreprise ou par introduction en bourse par exemple. Durant la sortie, le Business Angel va revendre ses actions avec un gain en capital. Cet investissement lui permet également de bénéficier d'une réduction d'impôt sous certaines conditions sur ses revenus ou sur sa fortune allant de trente à quarante-cinq pour cent⁵² sous certaines conditions. Cette mesure, appelée Tax Shelter, a pour objectif de soutenir la culture entrepreneuriale. Pour bénéficier de cette réduction d'impôt, la société doit avoir son siège social et opérationnel en Belgique et doit avoir été constituée au maximum quatre ans avant l'investissement.

En aidant un entrepreneur à se développer, l'ancien entrepreneur participe à une aventure stimulante en lui permettant de vivre une expérience semblable à la sienne. Le Business Angel a des attentes similaires à celle de l'entrepreneur, il veut se sentir valorisé et impliquer dans le monde des affaires tout en restant indépendant et autonome et sans avoir le profit pour unique motivation. Le réseau facilite la mise en contact entre le porteur du projet et l'investisseur qui a accès à une série de documents. Investir dans des projets aide le Business Angel à valoriser leurs expériences et leurs expertises et leurs savoirs en matière de levée de fonds. En faisant partie d'un réseau, le Business Angel travaille avec des personnes influentes possédant des expériences différentes des siennes. Cela lui permet de cultiver son savoir et son expérience. Ils ont également accès à de nombreux événements où ils développent leurs réseaux professionnels. Ils sont sur une plateforme de Business Angels, ils peuvent donc partager leurs expériences et apprendre des expériences de chacun. Ils ont également accès à des formations sur des sujets pertinents comme la diversification du risque et le partage de connaissance.

Finalement, ils ont également accès à Angel Wings, une plateforme de Crowdfunding réservée aux Business Angels.

6. Avantages et inconvénients

Parmi les fondateurs de start-ups interviewés, beaucoup ont fait appel aux Business Angels lors de leurs phases de développement et leurs phases de croissance et ont partagé leurs expériences. Selon eux, les Business Angels apportent, en plus de l'apport monétaire, une réelle valeur ajoutée à l'entreprise en raison de leurs expertises et leurs réseaux

⁵² BeAngels (2013). *Investir*. <http://www.beangels.eu/investir/> (Consulté le 21 mars 2018)

professionnels. Ils définissent ainsi l'apport des Business Angels comme de la « smart money ». Par leurs réputations et leurs expériences antérieures, le Business Angel aide l'entrepreneur dans ses choix stratégiques afin d'accélérer la croissance de son entreprise. Ainsi, les entrepreneurs vont pouvoir se former de façon optimale et donner de la crédibilité à leurs projets pour les investisseurs futurs. De nombreuses recherches théoriques appuient cette constatation pratique. Dans sa revue sur l'entrepreneuriat⁵³, Gilles Certhoux aborde la forte implication des Business Angels et ainsi, leurs démarcations par rapport aux investisseurs classiques. Dans cette revue, les principales caractéristiques d'un Business Angel sont son implication sentimentale, car le Business Angel se considère lui-même comme un entrepreneur et non comme un ancien dirigeant d'entreprise. La mise à disposition de ses compétences et de son réseau n'est dans la plupart du temps pas rémunéré.

Ensuite, le Business Angel investit la plupart du temps en phase d'amorçage, c'est-à-dire la phase la plus risquée de la conception de la start-up lorsque l'entrepreneur a le plus besoin de soutien financier. Selon Maikel Pellens⁵⁴, un chercheur senior chez ZEW dans le département de recherche de l'économie de l'innovation et du dynamisme industriel, les banques et les capital-risqueurs investissent dans les start-ups selon leur rentabilité et plus tard dans le cycle de développement. Tandis que les Business Angels ne tiennent pas compte de cette contrainte, investissent dès la phase de lancement et s'investissent dans l'entreprise en attendant de faire du profit. Les résultats de ces recherches ZEW démontrent qu'une start-up innovant dans la technologie a deux fois plus de chance de se faire financer par les Business Angels que par des investisseurs traditionnels.

En sollicitant l'aide d'un réseau, l'entrepreneur est direct mis en contact avec les Business Angels par l'organisation d'évènements. Ces coûts de recherche en financement sont réduits grâce à une présentation unique devant une assemblée d'investisseurs potentiels. Il a également accès à des documents de base et des formations pour faciliter la création d'un business plan précis, la défense de son projet et la négociation de ses contrats. Cependant,

⁵³ Certhoux, G. & Zenou, E. (2006). Gouvernance et dynamique de l'actionnariat en situation entrepreneuriale : le cas des Business Angels. *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 5,(1), 13-29. doi:10.3917/entre.051.0013.

⁵⁴ Elbert S. (n.d.). *L'Europe a besoin d'un écosystème financier pour les business angels*. <https://www.zew.de/en/das-zew/aktuelles/europa-braucht-ein-finanzoeskosystem-fuer-business-angels/> (Consulté le 30 juin 2018)

selon la théorie⁵⁵, bien que la démarche d'investissement soit plus efficace en faisant appel à un réseau, l'entrepreneur doit ensuite être capable d'harmoniser les avis multiples des différents Business Angels.

L'inconvénient, en faisant appel aux Business Angels, est que l'entrepreneur doit être prêt à laisser des parts de son entreprise. En prenant les parts dans l'entreprise, le Business Angel a la volonté de participer à la stratégie de celle-ci. Nous constatons que certains fondateurs, comme celui d'Inno4events, ont pris la décision dès le départ de ne faire appel qu'au Love Money et prêt bancaire dans le but de garder l'entièreté des parts de leurs sociétés, de ne pas subir de pressions de la part des investisseurs et de rester à cent pour cent concentrés sur les clients. Cependant, selon Jonathan Schockaert, fondateur de Listminut, « Mieux vaut avoir une petite part d'un gros gâteau qu'une grande part d'un petit gâteau. » Dans son oeuvre⁵⁶, Gilles Certhoux aborde ce point négatif et met en évidence que l'objectif premier du Business Angel est la création d'entreprise, c'est-à-dire que son investissement reste minoritaire d'un point de vue des parts de la société. De plus, la prise de risque du Business Angel semble être plus poussée par son patrimoine et son expérience en tant qu'entrepreneur et investisseur que par le niveau des revenus futurs⁵⁷. Gilles Certhoux souligne également le fait que l'entrepreneur et le Business Angel doivent être dans une relation de confiance, faire preuve d'une bonne entente et d'une communication sincère pour laisser place à une relation équilibrée. De plus, dans leurs travaux, Sheperd et Zacharakis⁵⁸ ont analysé les relations de contrôle entre l'entrepreneur et plusieurs types d'investisseurs. Parmi les 3F's, les Venture Capitalists et les Business Angels, il semble évident que les Business Angels offrent la relation de travail la plus équilibrée due à leurs compétences, leurs implications personnelles et à travers le conseil d'administration ainsi que leurs antécédents dans la vie entrepreneuriale. Tandis que les 3F's tendent plus vers une relation affective et les Venture Capitalists vers une relation de contrôle.

⁵⁵ Certhoux, G. & Zenou, E. (2006). Gouvernance et dynamique de l'actionnariat en situation entrepreneuriale : le cas des Business Angels. *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 5,(1), 13-29. doi:10.3917/entre.051.0013

⁵⁶ Certhoux, G. & Zenou, E. (2006). Gouvernance et dynamique de l'actionnariat en situation entrepreneuriale : le cas des Business Angels. *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 5,(1), 13-29. doi:10.3917/entre.051.0013.

⁵⁷ Rédis, J., Certhoux, G., Demerens, F. & Paré, J. (2015). Les déterminants de la stratégie d'investissement des business angels : le cas de la France. *Gestion 2000*, volume 32,(5), 59-80. doi:10.3917/g2000.325.0059.

⁵⁸ Certhoux, G. & Zenou, E. (2006). Gouvernance et dynamique de l'actionnariat en situation entrepreneuriale : le cas des Business Angels. *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 5,(1), 13-29. doi:10.3917/entre.051.0013.

Pour conclure cette section, la pratique et la théorie se rejoignent sur la majorité des points. En effet, les fondateurs de start-up et les articles scientifiques tendent vers les mêmes caractéristiques concernant les Business Angels. Cependant, beaucoup d'entrepreneurs ont émis la crainte d'une perte des parts de leurs sociétés. Sur ce point, la théorie diverge de cette crainte en appuyant sur la relation de confiance et l'implication personnelle avec les Business Angels.

SECTION 4 : LE PRET BANCAIRE

Le financement bancaire est la méthode la plus répandue aussi bien pour les particuliers que pour une entreprise en besoin de financement. L'investissement bancaire fait partie intégrale de notre quotidien. Cependant, en réponse à l'arrivée de la nouvelle économie et la menace de l'apparition de nouvelles sociétés en FinTech, c'est-à-dire « une start-up innovante qui utilise la technologie pour repenser les services financiers et bancaires⁵⁹ », les banques ont dû revoir leur façon de répondre aux besoins du marché.

En ce qui concerne les start-ups, il est plus difficile pour celles-ci de faire appel au prêt bancaire. En effet, les banques sont frileuses lorsqu'il s'agit d'accorder un prêt à une start-up dû aux nombreux risques auxquels elle est confrontée.

Dans ce chapitre, nous tenterons de mieux comprendre le fonctionnement des banques et leurs places dans le monde de l'entrepreneuriat.

1. Définition et types de banques

Selon la définition du Larousse, une banque est « un établissement financier qui, recevant des fonds du public, les emploie pour effectuer des opérations de crédit et des opérations financières, et est chargé de l'offre et de la gestion des moyens de paiement.⁶⁰ »

Les banques offrent plusieurs services selon leurs activités et leurs clientèles. Ainsi, chaque banque se définit autour d'un service qui permet de différencier plusieurs types de banques :

- La banque d'affaires est « un intermédiaire financier pour les entreprises concernant les opérations financières. Elle ne traite qu'avec des entreprises. (...) Elle est chargée de monter les dossiers concernant les introductions en bourse, les augmentations de capital, les OPA, OPE, émission de dettes. (...) L'entreprise a recours à la banque

⁵⁹ Grué T. (2015). Les FinTech : définition, évolutions, ambitions... <http://blog.bolden.fr/les-fintechdefinition-evolutions-ambitions/> (Consulté le 29 mars 2018)

⁶⁰ Banque (n.d.). Dictionnaire Le petit Larousse. Edition Larousse. Paris, France. Larousse.fr. <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/banque/7863> (Consulté le 13 Octobre 2017)

d'affaire, car ce type d'opération est complexe et demande une expertise importante ainsi que de solides connaissances que l'entreprise n'a pas forcément.⁶¹ »

- La banque de détail « s'adresse aux particuliers et aux PME. Elle a une fonction d'intermédiation entre les agents à excédent de financement dont elle collecte les ressources et les agents à besoin de financement à qui elle prête ces ressources.⁶² » La banque de détail est donc orientée vers les petites et moyennes entreprises ainsi que vers les particuliers.
- La banque d'investissement ou banque de financement ou banque de marché est « un établissement de crédit dont l'activité consiste à effectuer trois types d'opérations : du conseil (notamment en fusion-acquisition), de la gestion de haut de bilan pour le compte d'entreprises (augmentations de capital, introductions en bourse, émissions d'emprunts obligataires) et des placements sur les marchés avec des prises de risque souvent excessives et mal contrôlées. Une banque d'investissement ne collecte pas de fonds auprès du public, mais se finance en empruntant aux banques commerciales.⁶³ »
- La banque commerciale est « un établissement de crédit effectuant des opérations de banque avec les particuliers, les entreprises et les collectivités publiques consistant à collecter des fonds pour les redistribuer sous forme de crédit ou pour effectuer à titre accessoire des opérations de placements.⁶⁴ »
- La banque privée est « une banque qui rend des services financiers très personnalisés

⁶¹ ActuFinance. (n.d.). Banques d'affaires – la définition. <http://definition.actufinance.fr/banques-daffaires-764/> (Consulté le 02 avril 2018)

⁶² Les Echos (n.d.). Lexique financier - Banque de détail. https://www.lesechos.fr/finance-marches/vernimmen/definition_banque-de-detail.html (Consulté le 03 avril 2018)

⁶³ Banque Info (n.d.). Lexique bancaire et économique – Banque d'investissement. <http://www.banqueinfo.com/lexique-bancaire?s=banque+commerciale> (Consulté le 04 avril 2018)

⁶⁴ Banque Info (n.d.). *Lexique bancaire et économique – Banque commerciale*. <http://www.banqueinfo.com/lexique-bancaire?s=banque+commerciale> (Consulté le 03 avril 2018)

et sophistiqués, souvent résumés sous l'expression « gestion de fortune », à des particuliers détenant un patrimoine net important.⁶⁵ » »

- La banque solidaire est « une banque qui se différencie des autres par ses objectifs. Elle a en effet surtout des objectifs sociaux et environnementaux. Elle propose des services et produits financiers identiques aux autres banques, mais elle accorde des crédits dédiés à des fins sociales et environnementales. Il s'agit par ailleurs d'une banque qui mise sur la transparence de son fonctionnement et de son organisation.⁶⁶ » »

2. Comment se financent les banques ?

Les banques se financent à l'aide de quatre principaux systèmes : les marges réalisées grâce à leur activité traditionnelle, par le marché des capitaux, par le marché interbancaire et auprès de la banque centrale.

Premièrement, la première source de financement des banques est un pourcentage, une marge réalisée sur les opérations de dépôt et de crédit.

Ensuite, les marchés des capitaux consistent en un échange d'un titre contre de la monnaie ou du capital. L'ensemble de ses titres permet aux banques de se financer en émettant des obligations afin d'augmenter son capital et aux investisseurs de faire des placements.

Troisièmement, les banques peuvent s'échanger des actifs financiers de court terme, c'est-à-dire pour une période de maximum un an⁶⁷, grâce au marché interbancaire. Ce marché, uniquement dédié aux banques, leur permet de négocier entre elles selon leurs liquidités disponibles et leurs besoins de financement. Les banques peuvent ainsi jouer un double rôle, celui de prêteur et d'emprunteur.

⁶⁵ Banque Info (n.d.). *Lexique bancaire et économique – Banque privée*. <http://www.banque-info.com/lexique-bancaire?s=banque+priv%E9e> (Consulté le 04 avril 2018)

⁶⁶ Ooreka (2017). *Banque solidaire*. <https://banque.ooreka.fr/comprendre/banque-solidaire> (Consulté le 16 avril 2018)

⁶⁷ La finance pour tous (2013). *Banque – Le marché interbancaire*. <http://www.lafinancepourtous.com/Decryptages/Dossiers/Banque/La-banque-comment-ca-marche/Le-marche-interbancaire> (consulté le 06 avril 2018)

Enfin, la banque centrale est « un établissement qui, dans un Etat, est chargé en général de l'émission des billets de banque et du contrôle du volume de la monnaie et du crédit.⁶⁸ »

La banque centrale a donc pour rôle d'autoriser les émissions de billets afin de prendre les décisions de politique monétaire et les opérations de change.

3. La place des banques dans le monde de la start-up

Lorsque la start-up a besoin de faire de nouveaux investissements, ceux-ci dépassent souvent ses réserves et celle-ci a donc besoin de financer ses projets par emprunt. Le taux d'intérêt de l'emprunt est variable et dépend de plusieurs caractéristiques comme la solvabilité de l'entrepreneur, c'est-à-dire sa capacité de remboursement face à la dette, le taux d'inflation et la politique monétaire générale. Le risque est ainsi intégré au taux d'intérêt en tenant compte de la durée du prêt et de la nature du projet.

Selon l'ouvrage de Jacques Cailloux, Augustin Landier et Guillaume Plantin⁶⁹, lorsqu'un banquier accorde un prêt à une start-up, il doit savoir faire la différence entre difficultés financières et problèmes de viabilité. En effet, ne pas soutenir une start-up en difficulté financière pourrait être une perte pour l'économie du pays. Ainsi, les enquêtes réalisées auprès des banques et des entreprises⁷⁰ ne démontrent pas un problème d'accès au financement pour les start-ups si celles-ci n'ont pas de problèmes de viabilité. Cependant, une banque sera moins frileuse dans le cas d'un crédit d'investissement. En effet, les crédits pour cause de manque de trésorerie sont un sujet plus sensible. Pour avoir accès au crédit d'investissement, l'entrepreneur doit avoir déjà prouvé ses compétences pour obtenir un prêt bancaire. En effet, la banque attend des premières garanties par exemple de premiers clients ou un processus commercial lancé.

Toujours selon cet ouvrage, sur le long terme, le crédit bancaire représenterait la source de

⁶⁸ Banque Info (n.d.). *Lexique bancaire et économique – Banque centrale*. <http://www.banque-info.com/lexique-bancaire?s=banque+centrale> (Consulté le 03 avril 2018)

⁶⁹ Cailloux, J., Landier, A. & Plantin, G. (2014). Crédit aux PME : des mesures ciblées pour des difficultés ciblées. *Notes du conseil d'analyse économique*, 18,(8), 1-12. doi:10.3917/ncae.018.000

⁷⁰ Cailloux, J., Landier, A. & Plantin, G. (2014). Crédit aux PME : des mesures ciblées pour des difficultés ciblées. *Notes du conseil d'analyse économique*, 18,(8), 1-12. doi:10.3917/ncae.018.000

financement externe incontournable étant donné les problèmes d'asymétrie de l'information rencontrée entre entrepreneurs et investisseurs. Cependant, la diversification des sources de financement reste envisageable étant donné la réticence des banques à accorder un prêt à un jeune entrepreneur et l'instabilité du système bancaire actuel, principalement lors de la phase d'amorçage.

4. Comment choisir sa banque ?

Il existe une grande variété de prêts disponibles pour l'entrepreneur, qui dépend de la structure de l'entreprise, de son besoin financier et de la durée du prêt accordé.

L'entrepreneur doit avant tout trouver une banque qui répond à ses propres besoins. En ce qui concerne le conseiller, il doit s'intéresser au business pour répondre au mieux aux attentes et bien analyser si sa proposition correspond aux besoins de l'entrepreneur. La relation avec le banquier est cruciale étant donné qu'il joue l'intermédiaire entre la banque et la start-up.

Le temps étant précieux dans la création d'une start-up, l'entrepreneur a besoin d'un banquier disponible. Il doit ainsi pouvoir compter sur lui et être sûr de pouvoir le contacter directement en ligne ou par e-mail.

Ensuite, les banques proposent des taux d'intérêt différents. L'entrepreneur doit trouver un prix adapté au service qu'il reçoit. Idéalement, il vaut mieux que le prix soit bas durant les premiers mois d'activité. Un entrepreneur qui lance son entreprise doit posséder des qualités de négociation et ne pas avoir peur de s'en servir. De plus, la qualité des services bancaires offerts à son importance. Le banquier et l'entrepreneur doivent travailler ensemble et faire preuve de transparence pour trouver des solutions optimales pour le bon fonctionnement de la société.

5. Avantages et inconvénients

Pour beaucoup de start-ups interrogées, un avantage essentiel dans le fait de faire appel au prêt bancaire est que les fondateurs gardent la totalité et ainsi le contrôle de leurs entreprises, principalement dans le cas d'augmentation de capital. Un autre avantage qui fait la différence est qu'une fois le prêt obtenu, le banquier se charge de la partie financière, par exemple la gestion des comptes ou le transfert d'argent, et l'entrepreneur peut donc se concentrer à cent pour cent sur son activité.

Cependant, selon beaucoup d'entrepreneurs interrogés, les banques sont frileuses de nos jours et obtenir directement un prêt bancaire pour une start-up en phase de lancement ou en phase de difficulté est pratiquement impossible dû à l'instabilité des start-ups et aux risques de non-remboursement. Le prêt est également souvent accompagné de garanties personnelles et le fondateur prend ainsi des risques sur son patrimoine en cas d'impossibilité de paiement. C'est pour ces raisons que les fondateurs font dans un premier temps appel à d'autres modes de financement, le Love Money ou les aides gouvernementales par exemple. Néanmoins, le fait pour les fondateurs d'avoir un prêt à rembourser peut leur permettre d'être plus prudents dans leurs dépenses et de modérer la prise de risque, ce qui rassure les actionnaires non dirigeants.

En ce qui concerne les prêts accordés aux start-ups, selon l'ouvrage de Jocelyne Bendriss, Bertrand Lavayssière et Mark Tilden⁷¹, il est important de souligner que le calcul par la pondération des risques des actifs donne des résultats septante-cinq pour cent plus élevés depuis la crise et le renforcement de la rentabilité des banques, ce qui défavorise fortement les PME et start-ups dû aux résultats de rentabilité plus faibles en comparaison avec les autres entreprises.

Afin de convaincre le banquier, l'entrepreneur doit avoir élaboré un business plan clair et réaliste et mettre en avant son expérience ainsi que ses réussites et premières garanties.

Tout au long de notre démarche théorique, les avantages et inconvénients trouvés par la recherche⁷² sont restés totalement en adéquation avec ceux développés par les fondateurs de start-ups lors des interviews. Cependant, l'ouvrage de Jacques Cailloux, Augustin Landier et Guillaume Plantin sur le crédit aux PME⁷³ met en évidence le problème de financement de la trésorerie. Comme nous l'avons dit précédemment, une banque sera moins frileuse à accorder un prêt pour investissement que pour problème financier. Néanmoins, il faut mettre en évidence que ce problème est plus évident pour les fondateurs d'entreprises que pour les banquiers. Les auteurs de cet ouvrage invitent donc le lecteur à faire la part des choses entre le

⁷¹ Bendriss, J., Lavayssière, B. & Tilden, M. (2014). Le financement des PME en France : un contexte particulier, favorable aux innovations. *Revue d'économie financière*, 114,(2), 241-254. doi:10.3917/ecofi.114.0241.

⁷² Carmina Capital. (n.d.). *Les prêts bancaires*. <https://carminicapital.com/prest-bancaire/> (Consulté le 06 avril 2018)

⁷³ Cailloux, J., Landier, A. & Plantin, G. (2014). Crédit aux PME : des mesures ciblées pour des difficultés ciblées. *Notes du conseil d'analyse économique*, 18,(8), 1-12. doi:10.3917/ncae.018.000

discours d'un entrepreneur confiant dans son projet et celui d'un banquier prudent face à la prise de risque encouru. Ainsi, dans la pratique, lorsqu'un entrepreneur veut faire un prêt, l'élément qui fait la différence est la rentabilité. En effet, il est presque impossible qu'un banquier accorde un prêt à une start-up en phase d'amorçage et en difficulté financière.

D'un point de vue pratique, un dernier point à mettre en évidence est la situation économique et par conséquent, le taux d'intérêt qui fluctue. Il est évidemment plus avantageux pour l'entrepreneur de faire appel aux banques lorsque le taux d'intérêt est bas.

SECTION 5 : LES SUBSIDES ET AIDES GOUVERNEMENTALES

Un des rôles principaux des pouvoirs publics est de soutenir activement les activités fournissant des effets externes positifs. Les entreprises permettant ainsi des rendements d'un point de vue économique, social ou encore environnemental, il est important de consacrer une section sur les aides gouvernementales et subsides accordés aux start-ups en phase de développement. Dans cette section, nous allons aborder les différents subsides et aides de la région accordés aux start-ups, leurs avantages et inconvénients ainsi que la mise en place d'incitant fiscaux.

1. La mise en place de politiques gouvernementales

Dans le cas des start-ups, la mise en place de politiques gouvernementales est assez complexe et celles-ci peuvent prendre plusieurs formes. Ainsi, certains pays soutiennent les start-ups en leur apportant un réseau de soutien, de l'expertise et de l'information et d'autres pays mettent plutôt en place un soutien financier en leur donnant accès à des bourses ou à des prêts avantageux par exemple. En effet, l'aide publique évolue depuis quelques années en faveur de la recherche et du développement, des start-ups et PME et du développement régional⁷⁴.

L'Union européenne tente de rattraper son retard en termes de dépenses en recherche et développement et deux politiques sont ainsi proposées lors du lancement d'une start-up : des aides financières directes, autrement dit des subsides, et des incitants fiscaux⁷⁵.

Un système de tax shelter pour les start-ups et jeunes PME a été mis en place en 2015. L'objectif est d'inciter des investisseurs particuliers à acquérir des actions ou des parts dans des entreprises âgées de moins de quatre ans en échange d'un bénéfice fiscal. Le tax shelter équivaut à une réduction d'impôt des personnes physiques et également de l'impôt des non-résidents allant de trente pour cent dans le cas des PME à quarante-cinq pour cent dans le cas des start-ups. Il existe certaines conditions et l'investissement est limité à un montant de cent mille euros par exercice fiscal et par contribuable et de deux cent cinquante mille euros par

⁷⁴ Buigues, P. (2009). Les aides publiques à l'industrie dans les pays développés. *La Revue de l'Ires*, 62,(3), 191-209. doi:10.3917/rkli.062.0191.

⁷⁵ Van Pottelsberghe B., Megally E., Nysten S. (2004) *Evaluation des incitants fiscaux actuels à la R&D des entreprises en Belgique*. Service public fédéral de programmation Politique scientifique.

société. Un autre objectif sur le long terme est de stimuler l'investissement dans les start-ups belges pour lesquelles la recherche de financement peut s'avérer être un véritable obstacle.

Beaucoup de start-ups interrogés ont également bénéficié de subsides accordés par la région, par exemple la bourse de préactivité, la bourse d'innovation, la bourse de développement durable ou encore des programmes d'aide aux entreprises (aide au recrutement, aide au dépôt de brevet, aide à la consultance, etc.). Dans ce cas-ci, le fondateur doit s'interroger pour voir si sa start-up rentre dans les critères pour obtenir le subside et poursuivre les démarches administratives.

2. Les aides publiques proposées

Aujourd'hui, beaucoup de fonds d'investissement et d'aides au développement de la start-up ont vu le jour. Selon Thibaut Claes, manager chez Wing by Digital Wallonia, l'objectif premier est de soutenir l'économie et la région par la création de start-ups. La start-up grandit ainsi en conservant toutes ses parts et la société d'investissement grandit ainsi avec elle.

Parmi les fondateurs de start-ups interrogés, la plupart ont fait appel au réseau SOWALFIN disposant de plusieurs réseaux comme NOVALLIA, aux invests comme SambrInvest ou MeusInvest par exemple, au groupe SRIW⁷⁶, ou encore à des structures agréées comme l'AEI⁷⁷.

- Le réseau SOWALFIN, créé par la Région wallonne, accorde des prêts bancaires et du financement à travers des prêts subordonnés. Parmi ce réseau, nous retrouvons également NOVALLIA qui aide les entrepreneurs dans les projets d'innovation.
- Les invests fournissent des apports financiers grâce à des prêts convertibles, subordonnés ou classiques.
- Les structures agréées soutiennent l'entrepreneur dans chacune des étapes du projet et offrent des conseils et des contacts.
- Le groupe SRIW accorde du financement aux entreprises implantées en Wallonie. Par exemple, WING qui soutient les start-ups numériques.

⁷⁶ Société Régionale d'Investissement de Wallonie

⁷⁷ Agence pour l'Entreprise et l'Innovation

3. Avantages et inconvénients

Avant de faire appel à des investisseurs professionnels, beaucoup d'entrepreneurs interrogés ont fait appel aux subsides et aides gouvernementales.

Grâce aux subsides et aux aides gouvernementales, l'entrepreneur obtient du financement externe sans perdre de parts de sa société. Etant dans la phase d'idée, il reçoit de l'argent qu'il ne doit pas forcément justifier. En effet, peu de garanties sont demandées. Les subsides sont définis comme étant simples et à la disposition de la start-up.

Cependant, lorsque l'entrepreneur tente d'obtenir un subside, il ne le choisit pas. Le subside doit correspondre à la start-up qui doit répondre à un certain nombre de critères. Concernant ce point, certains avis divergent. Jérémy Tondeur, fondateur de 4 Your Party, trouve que faire une demande de prêt est un moyen de fixer les priorités et d'adapter la stratégie. Cependant, selon, Jonathan Schockaert, fondateur de ListMinut, trop d'entreprises adaptent leurs stratégies et leurs discours dans le seul but d'obtenir un subside. Ce qui est une réelle perte de temps selon lui.

Jonathan Schockaert souligne également un autre inconvénient. Faire une demande de subside entraîne beaucoup d'administratifs qui ralentissent et qui consomment du temps pour de l'argent uniquement financier qui n'apporte pas de réelle valeur ajoutée. Dans son cas, il a préféré faire appel aux subsides pour des coûts nécessaires, par exemple une aide à la consultance.

En parallèle aux subsides, il existe également des incitants fiscaux, c'est-à-dire des déductions fiscales pour le recrutement ou pour investissement en recherche et développement. Dans ce cas-ci, peu de fondateurs interrogés sont concernés. Selon la théorie⁷⁸, beaucoup d'entreprises font le choix de ne pas faire appel à ces mesures pour plusieurs raisons. Tout d'abord, les charges administratives sont trop élevées et demandent trop de temps en comparaison avec l'aide et les bénéfices obtenus. Les entreprises souhaitent un programme offrant plus de simplicité et de transparence. Deuxièmement, les incitants fiscaux offrent des avantages pour

⁷⁸ Van Pottelsberghe De La Potterie, B., Megally, E. & Nysten, S. (2004). Analyse critique des incitants fiscaux à la R&D des entreprises. *Reflets et perspectives de la vie économique*, tome xliii,(2), 71-92. doi:10.3917/rpve.432.0071.

les premières années. Or, la recherche et le développement ne sont pas un processus de court terme et demandent un travail régulier sur plusieurs années ainsi qu'un soutien financier important. Les entreprises jugent ainsi le soutien financier trop faible pour pouvoir opérer un changement significatif sur la stratégie. Par conséquent, les conclusions de la théorie tendent vers le fait que le système belge d'incitants fiscaux pourrait être revu de manière significative.

SECTION 6 : LES FACTEURS INFLUENCANT LE SUCCES OU L'ECHEC

Avoir une bonne idée ne suffit pas pour garantir le succès de la start-up, les entrepreneurs sont face à un grand nombre de risques et de difficultés au quotidien. L'équipe, l'exécution et l'adaptation sont tout aussi importantes, voire même plus pour le bon déroulement du projet. Selon William Gross⁷⁹, investisseur américain, les cinq attributs les plus fondamentaux qui séparent l'échec du succès sont, par ordre d'importance, le timing, l'équipe et l'exécution, l'idée, le business model et le financement obtenus.

D'un point de vue pratique, les entretiens semi-directifs ont permis de mettre en évidence les facteurs influençant le succès ou l'échec. Les fondateurs de start-ups belges ont cité le financement, avoir un besoin client bien défini, une bonne équipe, un modèle lean et MVP, le timing, le manque d'expérience et de réseau, le fait d'avoir un business plan et une vision claire et enfin, une mauvaise idée.

- Le financement

L'investisseur américain ne place qu'en cinquième position le manque de financement. Cependant, beaucoup de fondateurs interviewés ont déjà connu des problèmes financiers ou jugent les problèmes financiers comme un facteur déterminant. Ceux-ci évoquent ainsi le fait de ne pas arriver à court d'argent, de bien planifier son plan budgétaire, la capacité à gérer les cash-flows et les délais entre production et rentrée d'argent, la difficulté et le temps nécessaire pour trouver des investisseurs. Cette différence est due aux différences de culture entre l'Amérique et la Belgique. En effet, l'échec aux Etats-Unis, tandis que la culture belge laisse moins de place à la prise de risque. De ce point de vue, il est évident que la culture entrepreneuriale du pays influence la réussite ou le succès de la start-up. Selon plusieurs entrepreneurs, comme par exemple Guillaume Hachez de QuickLyric, l'échec permet d'avancer, d'évoluer et d'apporter de l'expérience.

De plus, selon les auteurs de l'ouvrage « Crédit aux PME : des mesures ciblées pour des difficultés ciblées »⁸⁰, les difficultés financières des entrepreneurs sont souvent dues à un

⁷⁹ Gross B. (2015). *The single biggest reason why startup succeed*. <https://www.youtube.com/watch?v=bNpx7gpSqBY> (Consulté le 20 février 2018)

⁸⁰ Cailloux, J., Landier, A. & Plantin, G. (2014). Crédit aux PME : des mesures ciblées pour des difficultés ciblées. *Notes du conseil d'analyse économique*, 18,(8), 1-12. doi:10.3917/ncae.018.000

manque de formation financière et ainsi, à une mauvaise analyse et anticipation des besoins financiers. Leurs solutions seraient de sensibiliser les entrepreneurs aux risques et à la nécessité de réagir directement.

- Avoir un besoin client bien défini

Pour favoriser le succès de sa start-up, l'entrepreneur doit répondre à un besoin client et apporter une solution à ce problème. Il doit être très attentif aux besoins des clients, se concentrer sur eux, valider son marché et tester son produit sur le marché. Selon beaucoup de fondateurs dont Maxence Renard, fondateur de Fodalytics, Lean Start-up est le maître mot. Eric Ries⁸¹ a défini la méthode Lean Start-up, une approche pour introduire un nouveau produit sur le marché. Selon les fondateurs qui suivent cette approche, il est essentiel de commencer petit et très focalisé sur la demande avec un Minimum Viable Product (MVP), tester le produit avec un minimum d'investissement et itérer et tester en plusieurs phases afin d'améliorer le produit. Cette approche est donc orientée vers le client avant tout.

- L'équipe

L'équipe peut remettre en cause tout le succès de la start-up. Il est indispensable d'avoir une équipe compétente et complémentaire. Il n'est pas rare que des fondateurs connaissent des problèmes et doivent se séparer d'un de leurs fondateurs, ce qui est coûteux en temps et en efficacité. Selon Kévin Tillier, fondateur de Myskillcamp, l'aspect compétence ne fait pas tout et peut se développer. Cependant, la mentalité, la capacité à collaborer et le savoir-vivre en équipe passent en premier plan. Cette constatation est en adéquation avec la théorie, qui place l'équipe en première place pour garantir le succès de l'entreprise.

- Le timing

Le timing peut être mis en relation avec le fait d'avoir un besoin client bien défini, ainsi que le financement. Selon les entrepreneurs, il ne faut pas arriver ni trop tôt ni trop tard sur le marché, tout est une question de timing. Il faut être prêt et aller à l'essentiel. D'un point de vue financier, il est essentiel de faire appel aux bons investisseurs au bon moment. Par exemple, Jonathan Shockart, fondateur de Listminut, juge s'être lancé trop tôt avec les

⁸¹ « L'actualité du livre. La sélection de l'expansion management review », *L'Expansion Management Review*, vol. 145, no. 2, 2012, pp. 6-8.

Business Angels. Il aurait dû être plus préparé et avoir une meilleure connaissance du business.

- Le manque d'expérience ou la mauvaise exécution

D'un point de vue de l'expérience, il est fondamental pour l'entrepreneur d'avoir des connaissances du métier ainsi que des compétences en gestion et en management. Avoir une bonne expérience peut garantir la bonne exécution et le bon déroulement du développement. Un bon entrepreneur se doit d'être patient, de ne pas perdre de temps sur les choses moins fondamentales, de ne pas voir les choses trop grandes trop vite et d'être flexible et de savoir s'adapter aux changements.

- Le manque de réseau

Selon les entrepreneurs, il est fondamental d'avoir du réseau et d'être bien accompagné, tant dans notre domaine que les domaines moins familiers comme la comptabilité ou le droit. Il faut s'entourer de bons conseillers, de bons investisseurs et oser poser des questions. Les incubateurs de start-ups peuvent, selon Cédric Neve, fondateur de Digiteal, aider pour avoir une certaine structure et s'entourer des bons experts dans les domaines moins familiers.

- Avoir un business plan et une vision claire

L'entrepreneur doit avoir une vision claire et un business plan bien défini, il doit mettre au point un plan stratégique et financier tant pour la réussite de sa start-up que pour convaincre des investisseurs potentiels.

- Avoir une idée

Peu d'entrepreneurs ont cité une mauvaise idée comme cause d'échec. En effet, comme la théorie l'appuie, l'idée ne fait pas partie des cinq causes d'échecs les plus importantes. Selon Lucie Thieule, fondatrice des Débrouillardes, une idée ne fait que vingt pour cent du travail. Il ne suffit pas d'avoir une idée, il faut la travailler sans cesse, se remettre en question et savoir faire face aux problèmes qui suivent.

CONCLUSION

« Comment déterminer le mode de financement le plus adapté pour les start-ups en Belgique lors de la phase de lancement ? ». Cette question peut sembler courte et simple mais en réalité elle soulève de nombreuses interrogations auprès des jeunes entrepreneurs qui décident de se lancer dans le monde de la start-up.

Tout au long de notre mémoire, nous avons tenté de décortiquer cette problématique pour en faire apparaître les éléments clés et sous-jacents. A travers nos recherches et nos interviews, nous avons découvert que lorsque l'entrepreneur décide de lancer son projet, la question du financement pose rapidement problème et inquiétude liée au besoin de financement massif, à la disponibilité des ressources et aux risques encourus. Afin de répondre à la problématique, nous avons identifié les modes de financement disponibles pour l'entrepreneur selon son produit, son marché, sa stratégie et la phase du cycle de développement dans laquelle la start-up se trouve : ses fonds personnels, le Love Money, les aides gouvernementales et subsides, les Business Angels, le prêt bancaire, le Crowdfunding et les Venture Capitalists. Ces sources de financement sont multiples et possèdent chacun des avantages et inconvénients. Nos recherches nous ont ainsi conduits aux conclusions suivantes.

Tout d'abord, lorsque l'entrepreneur décide de lancer son projet, les risques sont plus élevés. En effet, il ne peut encore offrir aucune garantie aux potentiels investisseurs. C'est pourquoi certains modes de financement sont plus accessibles que d'autres. Au commencement de son projet, l'entrepreneur aura ainsi plus facile à faire appel au Love Money, c'est-à-dire au financement de sa famille, ses amis et ses proches, au Crowdfunding, aux aides gouvernementales et subsides. Une fois que l'entrepreneur aura déjà récolté une partie de ses fonds, il aura plus facilement accès aux Business Angels et au prêt bancaire. Cependant, à ce stade, les risques encourus sont encore trop élevés pour que les Venture Capitalists décident de se lancer dans le projet.

Deuxièmement, la culture belge est connue pour être frileuse et peut encliner à la prise de risque. En effet, lorsque les entrepreneurs sont amenés à prendre une décision concernant le financement de leur start-up, ils auront dans un premier temps tendance à se tourner vers leur fond personnel et le Love Money, autrement appelé les 3F's, qui permettent de garder l'entièreté des parts de l'entreprise et de ne pas subir de pression des investisseurs, avant de

faire appel à d'autres sources de financement. Les entrepreneurs interrogés définissent ainsi le Love Money comme une source de financement sûre, simple, rapide et peu contraignant. En ce qui concerne les aides gouvernementales et subsides, cette source de financement est également peu risquée et demande peu de garanties. Néanmoins, il semblerait que les contraintes soient plus élevées, principalement d'un point de vue de l'administration et de la complexité et du temps nécessaire aux procédures.

Cependant, parmi les sources de financement, certaines apportent une réelle valeur ajoutée à la stratégie de l'entreprise et assurent des investissements de taille qui pourraient garantir le succès de la start-up. Cet argent, certes plus risqué, pourrait permettre à l'entreprise de se développer plus rapidement. Ainsi, grâce à nos recherches théoriques et nos interviews, nous avons pu analyser le Crowdfunding et les Business Angels plus en détail afin de répondre au mieux à notre problématique. En s'inscrivant sur une plateforme de Crowdfunding dans le but de récolter des fonds d'un large public, la start-up opère, en plus de son opération financière, une opération de communication avant tout. En effet, à un stade où l'entrepreneur n'a pas les fonds pour lancer un plan commercial, le Crowdfunding peut être défini comme un réel outil marketing, créant une publicité autour du produit et de la marque. La communauté joue également le rôle d'ambassadrice de marque en soutenant le projet et en le partageant grâce aux réseaux sociaux et au bouche-à-oreille. Ensuite, une fois que l'entrepreneur est prêt et à une bonne connaissance de son business, il peut décider d'entrer en contact avec les Business Angels. D'un point de vue stratégique, les Business Angels apportent une réelle valeur ajoutée à la start-up. En effet, ils sont d'anciens entrepreneurs ou d'anciens dirigeants d'entreprise et ont ainsi des compétences, de l'expérience dans le domaine et un réseau de contacts à mettre à disposition de l'entrepreneur. Etant donné qu'ils ne sont pas portés uniquement par le retour financier, ils s'impliquent activement dans le projet et investissent lors de la phase d'amorçage, c'est-à-dire la phase la plus risquée dans le développement de la start-up. Il est important de souligner qu'une réelle relation de confiance et de transparence doit s'installer entre le Business Angel et le fondateur de la start-up.

Tout au long de notre mémoire et principalement lors de nos interviews, nous avons constaté que de nombreuses start-ups trouvent leur financement auprès de plusieurs sources. En effet, il est pratiquement impossible pour celles-ci d'avoir directement accès au prêt bancaire, qui est plus un mode de financement de long terme, ou aux Business Angels. En appliquant un mélange dans leurs sources de financement, cela permet à l'entrepreneur d'avoir accès à

chaque source de financement au moment le plus adapté et de minimiser les risques en variant divers investisseurs. De plus, les sources de financement les plus adaptées peuvent également être influencées par l'entreprise, son objet et la stratégie mise en place.

Enfin, il semblerait que le financement ne soit pas le seul critère et la seule difficulté à entrer en jeu. En effet, avoir un besoin client bien défini et adapté à la demande actuelle, une équipe compétente et complémentaire, du réseau et des contacts, et un business plan clair ont tout autant d'importance, aussi bien pour convaincre les investisseurs du projet que pour garantir le succès de l'entreprise.

A la problématique « Comment déterminer le mode de financement le plus adapté pour les start-ups en Belgique lors de la phase de lancement ? », nos recherches et interviews nous ont amené à la conclusion qu'il n'existe pas une source de financement idéale unique lorsque l'entrepreneur décide de lancer son projet. Le Crowdfunding et les Business Angels semblent se démarquer d'un point de vue de la stratégie et du marketing, mais ces sources de financement doivent être combinées avec d'autres, principalement d'un point de vue du montant à récolter et des risques encourus. C'est pourquoi, l'entrepreneur aura tendance à opter pour une variété de sources de financement, procurant chacune des avantages et des inconvénients distincts, selon plusieurs critères tels que la phase du cycle de vie et de financement dans laquelle la start-up se trouve, le secteur de l'entreprise, la stratégie mise en place, etc. Au moment du choix du financement, il est donc indispensable pour l'entrepreneur d'être bien renseigné quant à ses différentes options et d'avoir une vision d'ensemble de sa start-up, de son business plan et de ses projets.

BIBLIOGRAPHIE

Source introduction & théorique :

1819.brussels (n.d.). *Financement par des fonds de capital-risque privés*.

<http://www.1819.be/fr/financement-de-lentreprise/capital-risque/financement-par-des-fonds-de-capital-risque-privés> (Consulté le 2 novembre 2017)

50 Partners. (2016). *Lever des fonds : Pourquoi ? Combien ? Comment ?*

<https://start.lesechos.fr/entreprendre/outils-conseils-pratiques/trouver-les-financements/lever-des-fonds-pourquoi-comment-combien-5558.php> (Consulté le 8 septembre 2017)

Assemblée nationale (n.d.). *Les rapports d'information*. <http://www.assemblee-nationale.fr/14/rap-info/i1936.asp> (Consulté le 15 mars 2018)

Banque (n.d.). Dictionnaire Le petit Larousse. Edition Larousse. Paris, France. Larousse.fr. <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/différenciation/25438> (Consulté le 6 octobre 2017)

Banque de France (2013). *Les montages à effet de levier – LBO*.

https://www.banquefrance.fr/fileadmin/user_upload/banque_de_france/La_Banque_de_France/pdf/Fiche_431.pdf (Consulté le 2 novembre 2017)

Beli L. (2015). *Comment établir le besoin en financement de son prévisionnel financier*.

<https://laruche.wizbii.com/15174-comment-etablir-previsionnel-financier/> (Consulté le 10 janvier 2018)

Blank S.G. (2006). *The Four Steps to the Epiphany*. https://web.stanford.edu/group/e145/cgi-bin/winter/drupal/upload/handouts/Four_Steps.pdf (Consulté le 22 août 2017)

Bonvin J. (2000). *La cotation d'une société sur un nouveau marché (IPO), mode d'emploi*.

<http://www.tavernierschanz.com/uploads/publications/LeTemps-30.10.00.pdf> (Consulté le 9 décembre 2017)

Bousaid I. (2013). *Les différentes sources de financement des startups*.

<http://analyzethiz.fr/business/différentes-sources-financement-start-ups/> (Consulté le 7 juin 2017)

BusinessDictionary (n.d.). *Trade sale - Définitions*

<http://www.businessdictionary.com/definition/trade-sale.html> (Consulté le 10 novembre 2017)

C'est au carré conception création. (2015). *La réussite pour une start-up, c'est de se faire racheter ?* <http://www.cestaucarre.fr/2015/11/la-reussite-pour-une-start-up-c-est-de-se-faire-racheter.html> (Consulté le 10 novembre 2017)

Clermont T. (n.d). *Business plan : comment calculer son besoin de financement ?*
<https://www.guide-du-business-plan.fr/comment-calculer-le-besoin-de-financement-dans-son-business-plan/> (Consulté le 13 janvier 2018)

Clicpublic (n.d.). *Les bourses de préactivité.* <http://www.clicpublic.be/blog/primes-aides-financieresentreprises-wallonnes/> (Consulté le 10 novembre 2017)

De Lammine I. (2017). *Le marché du Crowdfunding décolle en Belgique.*
<http://www.lalibre.be/economie/digital/le-marche-du-crowdfunding-decolle-en-belgique-58ac8bd5cd7073b7f14bf784> (Consulté le 15 janvier 2018)

De Wasseige O. (n.d.). *Convaincre un Business Angel.*
<https://bizcover.bnpparibasfortis.be/fr/on-enparle/entrepreneuriat/convaincre-un-business-angel> (Consulté le 11 novembre 2017)

Différenciation (n.d.). Dictionnaire Le petit Larousse. Edition Larousse. Paris, France.
 Larousse.fr. <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/differenciation/25438> (Consulté le 6 octobre 2017)

Digital Wallonia (2017). *Baromètre 2017 des startups numériques wallonnes.*
<https://www.digitalwallonia.be/fr/publications/startups2017> (Consulté le 7 juillet 2017)

D'Udekem d'Acoz R. (2016). *Techniques de Financement.* Document non-publié. Start Academy – Séminaire résidentiel

Dynamique Entrepreneuriale (2017). *La vallée de la mort pour les startups.*
<http://www.dynamique-mag.com/article/vallee-mort-pour-startups.9109> (Consulté le 28 décembre 2017)

Eutrepneur Club (2016). *Comment trouver les types de financement adaptés à ma start-up.*
<http://entrepreneurclub.orange.com/fr/fiches-pratiques/comment-trouver-les-types-de-financementadaptes-a-ma-startup.html/> (Consulté le 22 novembre 2017)

EY (2018). *Quelles clés pour stimuler la croissance des pépites wallonnes ?*
[http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-quelles-cles-pour-stimuler-la-croissance-des-pepites-wallonnes/\\$FILE/EY-quelles-cles-pour-stimuler-la-croissance-des-pepites-wallonnes.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-quelles-cles-pour-stimuler-la-croissance-des-pepites-wallonnes/$FILE/EY-quelles-cles-pour-stimuler-la-croissance-des-pepites-wallonnes.pdf) (Consulté le 28 mars 2018)

Finance de marché (n.d.). *Qu'est ce que le Private Equity ? Définition & raisons de base du capital-investissement.* <http://financedemarche.fr/finance/quest-ce-que-le-private-equity-definition-raisons-de-base-du-capital-investissement> (Consulté le 22 novembre 2017)

Good Morning Crowdfunding (n.d.). *Qu'est ce que le crowdfunding?*
<http://www.goodmorningcrowdfunding.com/definition-du-crowdfunding/> (Consulté le 11 novembre 2017)

Grégoire P. (2016). *Entrepreneurial Finance.* Document non publié, Université catholique de Louvain, Louvain-la-Neuve

- Gross B. (2015). *The single biggest reason why startup succeed*.
<https://www.youtube.com/watch?v=bNpx7gpSqBY> (Consulté le 20 février 2018)
- Guellec D. (2015). *Innovation de rupture: définition, position de la France, politiques publiques*.
http://www.strategie.gouv.fr/sites/strategie.gouv.fr/files/atoms/files/innovations_de_rupture_guellec_nov_2015.pdf (Consulté le 4 février 2018)
- Guignard Q. (n.d.) *Les 7 étapes du financement d'une startup*.
<https://www.thenextfrench.com/financer-startups-7-solutions/> (Consulté le 2 juin 2017)
- Infos-entreprises (n.d.). *Obtenir une aide publique en Wallonie*.
<http://www.infosentreprises.be/fr/obtenir-une-aide-publique-en-wallonie-136> (Consulté le 11 novembre 2017)
- Investopedia (n.d.). *Initial Public Offering – IPO*.
<http://www.investopedia.com/terms/i/ipo.asp> (Consulté le 20 novembre 2017)
- Ishak A. (n.d.). Marketing <http://slideplayer.com/slide/1424382/> (Consulté le 10 novembre 2017) SlidePlayer – Slide de cours
- « L'actualité du livre. La sélection de l'expansion management review », *L'Expansion Management Review*, vol. 145, no. 2, 2012, pp. 6-8.
- LCL. (2014). *Qu'est-ce qu'une agence de notation financière*. <https://www.lcl.com/guides-pratiques/zooms-economiques/agence-notation.jsp> (Consulté le 10 février 2018)
- Le Soir (n.d.). Economie – Entrepreneuriat.
<http://www.lesoir.be/4520/economie/entrepreneuriat> (Consulté le 02 septembre 2017).
 Dossier entrepreneuriat du journal Le Soir
- Lovens P-F. (2017). *Voici le portrait-robot des 325 start-up numériques wallonnes*.
<http://www.lalibre.be/economie/libre-entreprise/voici-le-portrait-robot-des-325-start-up-numeriques-wallonnes-59f0c05fcd70ccab36b61059> (Consulté le 10 décembre 2017)
- Magadoux F. (2013). *Equity Gap*. <http://capital-investissement.blogspot.be/2013/01/equity-gap.html> (Consulté le 20 janvier 2018)
- Marché de niche. (2017). <https://www.definitions-marketing.com/definition/marche-de-niche/> (Consulté le 10 janvier 2018)
- Meyer R.T. (2016) *The Start-Up Enterprise Valley of Death*. <http://www.cfi-institute.org/VP%20-%20The%20Start-Up%20Enterprise%20Valley%20of%20Death%20-%20Meyer.html> (Consulté le 10 janvier 2018)
- Nouvelle Economie (n.d.). Dictionnaire Le petit Larousse. Edition Larousse. Partie, France. Larousse.fr.

<http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/economie/27630/locution?q=marche> (Consulté le 7 juillet 2017)

PME (n.d.). Dictionnaire Le petit Larousse. Edition Larousse. Partie, France. Larousse.fr. http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/P_M_E_/61847 (Consulté le 7 juillet 2017)

Ooreka (2017). *Love money*. <https://levee-de-fonds.ooreka.fr/comprendre/levee-de-fonds-love-money> (Consulté le 20 août 2017)

Ooreka (2018). *Management Buy-Out*. <https://creation-entreprise.ooreka.fr/astuce/voir/667199/management-buy-out> (Consulté le 10 février 2018)

Ottan G. (2016). *Dis, c'est quoi une start-up... ?*. <http://1001startups.fr/dis-cest-quoi-une-start-up/> (Consulté le 22 août 2017)

Start-up. (2005). Dictionnaire Larousse de poche 2003 (p. 773). Paris, France : Edition Larousse

Segmentation (n.d.). Dictionnaire Le petit Larousse. Edition Larousse. Paris, France. Larousse.fr. <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/segmentation/71825> (Consulté le 11 novembre 2017)

SPW MIDAS (2016). Aides aux entreprises. <http://www.aidesentreprises.be/WD200AWP/WD200Awp.exe/CONNECT/Midas> (Consulté le 08 novembre 2017). Site du Service public de Wallonie.

The Wall Street Journal (2013). *Steve Blank : The 6 Types of Startups*. <http://blogs.wsj.com/accelerators/2013/06/24/steve-blank-the-6-types-of-startups-2/> (Consulté le 3 septembre 2017)

Trevisan V. (2015). *Les nouveaux modes de financement de l'entreprise : à la recherche du chaînon manquant entre les banques et les actionnaires*. <https://www.financialforum.be/sites/financialforum.be/files/media/1615.pdf> (Consulté le 9 novembre 2017)

Crowdfunding :

Belleflamme, P., Lambert, T., Schwienbacher, A. (2013). *Crowdfunding: Tapping the right crowd*. Journal of Business Venturing

Bolero Crowdfunding (2016). *Une croissance rapide dans un terreau fertile*. https://www.kbc.com/fr/system/files/doc/newsroom/other/BoleroCrowdfunding_Whitepaper_20160203_FR_LR.PDF (Consulté le 20 mars 2018)

Cunningham, W. M. (2012). The JOBS Act, Crowdfunding for small Business and startups. Apress Petit, G. (2014). *Crowdfunding, Le nouveau monde ?* Gestion de fortune, 247, 42-64

- De Laminne I. (2017) *Le marché du crowdfunding décolle en Belgique*.
<http://www.lalibre.be/economie/digital/le-marche-du-crowdfunding-decolle-en-Belgique-58ac8bd5cd7073b7f14bf784> (Consulté le 21 mars 2018). Article dans La Libre
- Financement des entreprises (n.d.). *Crowdfunding* (financement participatif).
<http://www.financementdesentreprises.be/fr/attirer-des-capitaux-propres/crowdfunding-financement-participatif> (Consulté le 21 mars 2018)
- Frenchfunding (n.d.) *Le parcours du financement startup*. <https://frenchfunding.fr/le-parcours-du-financement/#.W2RGi9gzbOQ> (Consulté le 21 mars 2018)
- Goasdoué, G. (2016). Le recours au financement participatif par les médias d'information : levier de communication, travail en soi, idéologie marchande. *Questions de communication*, 29,(1), 289-306.
- Gray M., Rau R., Wardron R. et Zhang B. (2015). *Moving Mainstream - The European Alternative Finance Benchmarking Report*. <http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-and-university-ofcambridge/%24FILE/EY-cambridge-alternative-finance-report.pdf>
- KPMG (2014). *Crowdfunding in Belgium – 2014*.
<https://www.febelfin.be/sites/default/files/InDepth/crowdfunding-brochure.pdf> (Consulté le 27 mars 2018). KPMG Advisory
- KBC Bolero-Crowdfunding (2015). *Enquête Bolero Crowdfunding La première grande enquête sur le crowdfunding scinde la population belge en deux*.
<https://newsroom.kbc.com/enquete-bolerocrowdfunding#> (Consulté le 27 mars 2018). Société du groupe KBC
- Leveugle J.-B. (n.d.). *Investir dans une starter par le biais du crowdfunding*.
<http://www.leveugle.be/documents/news-items/20150901-crowdfunding-crowdfundingcrowdfunding-crowdfunding.xml?lang=fr> (Consulté le 22 mars 2018)
- Mejri, I., Hamouda, M. & Trabelsi, D. (2018). *Crowdequity et Crowdlending : deux alternatives de financement des TPE/PME. Le cas de l'entreprise Gifts for Change*. *Annales des Mines - Gérer et comprendre*, 131,(1), 36-50
- MyMicroInvest (2015). *Plan start-up: investor dans des entreprises belges n'a jamais été aussi bon marché*. <https://www.mymicroinvest.com/fr/blog/posts/plan-start-up-investir-dans-des-entreprisesbelges-n-a-jamais-ete-aussi-bon-marche> (Consulté le 22 mars 2018)
- MyMicroInvest (n.d.) About us - MyMicroInvest is a leading European crowdfunding platform. <https://www.mymicroinvest.com/en/about> (Consulté le 21 mars 2018)
- Onnée, S. & Renault, S. (2014). *Crowdfunding : vers une compréhension du rôle joué par la foule*. *Management & Avenir*, 74,(8), 117-133. doi:10.3917/mav.074.0117.

Prive T. (2012). *What Is Crowdfundng And How Does It Benefit The Economy*.
<https://www.forbes.com/sites/tanyaprive/2012/11/27/what-is-crowdfunding-and-how-does-it-benefitthe-economy/#789cea1ebe63> (Consulté le 21 mars 2018)

PV (2015). *Crowdfunding: comment ça marche?* Sites en Belgique. <https://www.pv.be/fr/-/crowdfunding-hoe-werkt-het-platformen-in-belgie> (Consulté le 21 mars 2018)

Verschroeven E. (2016). *Crowdfunding: 5 avantages d'un financement par le grand public*.
<http://blog.xerius.be/independants/crowdfunding-5-avantages-financement-par-grand-public>
 (Consulté le 22 mars 2018). Article dans le Blog indépendants

Business Angel :

1819.brussels (2016). Financement de votre entreprise par le biais de Business Angels.
<http://www.1819.be/fr/content/financement-de-votre-entreprise-par-le-biais-de-business-angels>
 (Consulté le 22 mars 2018)

Actinnovation (n .d). Définition du terme : Business Angel.
<http://www.actinnovation.com/innobox/glossaire-innovation/lettre-b/definition-business-angel>
 (Consulté le 22 mars 2018)

Agence France Entrepreneur (n.d.). Les business angels.
<https://www.afecreation.fr/pid2772/lesbusiness-angels.htmlC=173> (Consulté le 21 mars 2018)

BAN (n.d.). Business angels network vlaanderen – Wie we zijn. <http://www.ban.be/overban>
 (Consulté le 21 mars 2018)

BeAngels (2013). Business support and smart early stage financing – historique.
<http://www.beangels.eu/be-angels/historique/> (Consulté le 21 mars 2018)

BeAngels (2013). Entreprendre. <http://www.beangels.eu/entreprendre/> (Consulté le 21 mars 2018)

BeAngels (2013). Investir. <http://www.beangels.eu/investir/> (Consulté le 21 mars 2018)

BeAngels (2013). Profil et role du business angel. <http://www.beangels.eu/investir/profil-et-role-dubusiness-angel/> (Consulté le 21 mars 2018)

Breakthrough e-Coach (n.d.). Venture Financing: Business Angels – Types of Business Angels. http://www.1000ventures.com/venture_financing/ba_types_by_evanson.html
 (Consulté le 24 mars 2018)

Certhoux, G. & Zenou, E. (2006). Gouvernance et dynamique de l'actionnariat en situation entrepreneuriale : le cas des Business Angels. *Revue de l'Entrepreneuriat*, vol. 5,(1), 13-29.
 doi:10.3917/entre.051.0013.

Chef d'Entreprise (n.d.). Business angels.
<http://www.chefdentreprise.com/DefinitionsGlossaire/Business-angels-245188.htm> (Consulté le 25 mars 2018)

Digital Media (n.d.) Manuel d'utilisation du plan start-up.

https://www.izeo.be/sites/default/files/pdf/manuel_dutilisation_du_plan_start_up_fr.pdf
(Consulté le 25 mars 2018)

Finance & Stratégie (2015). L'apport des Business Angels aux entrepreneurs.

<http://www.finance-strategie.com/apport-business-angels-entrepreneurs/> (Consulté le 25 mars 2018)

Labeau C. (2012). Startups, les 11 questions qui se posent le Business Angels avant d'investir.

<http://www.cedriclabeau.com/2012/11/02/questions-business-angels/> (Consulté le 27 mars 2018)

Les Business Angels des Grandes Ecoles (n.d.). Qui sont les Business Angels.

<http://www.businessangels.info/business-angels/qui-sont-les-business-angels/> (Consulté le 27 mars 2018)

Les Business Angels des Grandes Ecoles (n.d.). Pourquoi devenir Business Angel ?

<http://www.business-angels.info/business-angels/pourquoi-devenir-business-angel/> (Consulté le 26 mars 2018)

L-Expert-Comptable (2013). Pourquoi faire appel à un Business Angel ? <https://www.l-expert-comptable.com/a/37758-pourquoi-faire-appel-un-business-angel.html>

(Consulté le 26 mars 2018)

P. Factory (n.d.) Les business angels. <http://pfactory.co/les-business-angels/> (Consulté le 26 mars 2018)

Prieto A. (n.d.). Business Angel investing across Europe.

<http://slideplayer.com/slide/5876061/> (Consulté le 22 mars 2018)

Rédis, J., Certhoux, G., Demerens, F. & Paré, J. (2015). Les déterminants de la stratégie d'investissement des business angels : le cas de la France. *Gestion 2000*, volume 32,(5), 59-80. doi:10.3917/g2000.325.0059.

SlidePlayer - General Manager of GOBAN The Growing Business Team (2014). What are business angels and what can they offer ? <http://startups.co.uk/what-are-business-angels-and-what-can-they-offer/> (Consulté le 01 avril 2018)

Solignac, M. (2008). Les business angels. *Regards croisés sur l'économie*, 3,(1), 185-186. doi:10.3917/rce.003.0185.

Trevisan V. (2015). Les nouveaux modes de financement de l'entreprise : à la recherche du chaînon manquant entre les banques et les actionnaires.

<https://www.financialforum.be/sites/financialforum.be/files/media/1615.pdf> (Consulté le 23 mars 2018)

Vernon T. (2015). The Five Types of Angel Investors. <http://www.inc.com/todd-vernon/the-five-types-of-angel-investors.html> (Consulté le 24 mars 2018)

Banques :

ActuFinance. (n.d.). Banques d'affaires – la définition.

<http://definition.actufinance.fr/banques-daffaires-764/> (Consulté le 02 avril 2018)

Banque Info (n.d.). Lexique bancaire et économique – Banque commerciale.

<http://www.banqueinfo.com/lexique-bancaire?s=banque+commerciale> (Consulté le 04 avril 2018)

Banque Info (n.d.). Lexique bancaire et économique – Banque privée.

<http://www.banqueinfo.com/lexique-bancaire?s=banque+priv%E9e> (Consulté le 04 avril 2018)

Banque Info (n.d.). Lexique bancaire et économique – Banque d'investissement.

<http://www.banqueinfo.com/lexique-bancaire?s=banque+d%27investissement+> (Consulté le 03 avril 2018)

Banque Info (n.d.). Lexique bancaire et économique – Définitions.

<http://www.banqueinfo.com/lexique-bancaire?s=banque+commerciale> (Consulté le 03 avril 2018)

Bertholet G. (2010). Choisir une banque : les critères à retenir.

<http://www.guilhembertholet.com/blog/2010/08/30/choisir-une-banque-les-criteres-a-retenir/> (Consulté le 3 avril 2018)

BNP Paribas Fortis (2015). Hello Bank! Lance la plateforme de crowdfunding Hello crowd!

https://newsroom.bnpparibasfortis.com/fr/library/press_release/hello-bank-lance-la-plateforme-decrowdfunding-hello-crowd (Consulté le 5 avril 2018)

Buron S. (2016). FinTechs et banques ont intérêt à cohabiter.

<http://actions.trends.levif.be/actions/trends/SummerUniversity/files/summeruniversity-2016.pdf> (Consulté le 05 avril 2018) Site du journal Trends – Le débat de la Trends Summer University 2016

Cailloux, J., Landier, A. & Plantin, G. (2014). Crédit aux PME : des mesures ciblées pour des difficultés ciblées. *Notes du conseil d'analyse économique*, 18,(8), 1-12.

doi:10.3917/ncae.018.000

Carmina Capital. (n.d.). Les prêts bancaires. <https://carminecapital.com/prest-bancaire/>

(Consulté le 06 avril 2018)

Ciliberti V. (2016). Créer une start-up : comment la financer ?

<https://www.topcompare.be/fr/blog/creer-une-start-up-comment-la-financer> (Consulté le 05 avril 2018)

Club entrepreneur (2016). Comment fonctionne la 1ère banque d'affaires pour start-up en France ? https://www.challenges.fr/club-entrepreneurs/comment-fonctionne-la-1ere-banque-d-affaires-pourstart-up-en-france_26212 (Consulté le 02 avril 2018)

De Tijd (2016). Wat stelt fintech in België voor? <http://www.tijd.be/dossier/fintech/Wat-stelt-fintechin-Belgie-voor/9755739> (Consulté le 04 avril 2018) Site du journal De Tijd

Financement des entreprises (2016). Financement bancaire vs alternatif : à chaque projet son financement sur mesure. <http://www.financementdesentreprises.be/fr/financement-bancaire-vs-alternatif-a-chaque-projet-son-financement-sur-mesure> (Consulté le 06 avril 2018)

Frenchfunding (n.d.). La levée de fonds start-up. <http://frenchfunding.fr/la-levee-defonds/#.WMK2itIUUn> (Consulté le 03 avril 2018)

Gambit. (2017). Gambit – A propos. <http://gambit-finance.com/a-propos/> (Consulté le 06 avril 2018) Site de l'entreprise Gambit

Grué T. (2015). Les FinTech : définition, évolutions, ambitions... <http://blog.bolden.fr/les-fintechdefinition-evolutions-ambitions/> (Consulté le 29 mars 2018)

Hello crowd ! (n.d.). Offrez à votre projet toutes ses chances. Vivez le crowdfunding avec Hello crowd ! <https://crowd.hellobank.be/fr/discover> (Consulté le 10 avril 2018)

Huijgen A. (2016). Quand les banques hébergent des start-up. <http://www.lefigaro.fr/entrepreneur/2016/06/15/09007-20160615ARTFIG00073-quand-les-banqueshebergent-des-start-up.php> (Consulté le 08 avril 2018)

Husson L.-E. (2014). Pour le Crédit Agricole se met à aimer les start-up. https://www.challenges.fr/entreprise/pourquoi-le-credit-agricole-se-met-a-aimer-les-start-up_57753 (Consulté le 05 avril 2018)

ING (n.d.). Vous créez votre entreprise ou vous vous lancez comme indépendant ? https://www.ing.be/fr/business/starters?tabName=Tab3&WT.mc_id=SEA_FR_BUSINESS_BANK_starters_credit&gclid=CjwKEAiAvZTCBRDvnoOaoa2j3xISJABxPjN9FYamobdB93GMBjrjZjuD7zWGWt8ZlICLE947_CTpZhoCBnXw_wc (Consulté le 10 avril 2018)

Investopedia (2007). Non-Banking Financial Company – NBFC. <http://www.investopedia.com/terms/n/nbfc.asp> (Consulté le 04 avril 2018)

Jobat (2016). 8 façons de financer votre start-up. <http://www.jobat.be/fr/articles/8-facons-de-financervotre-start-up/> (Consulté le 03 avril 2018)

Kubicki M. (2015). *Nouvelle vague pour les FinTechs belges*. <http://www.lesoir.be/1044588/article/economie/entrepreneuriat/2015-11-16/nouvelle-vague-pourfintechs-belges> (Consulté le 07 avril 2018)

La finance pour tous (2013). *Banque – Le marché interbancaire*.

<http://www.lafinancepourtous.com/Decryptages/Dossiers/Banque/La-banque-comment-ca-marche/Le-marche-interbancaire> (consulté le 06 avril 2018)

Laplanche R. (n.d.). FinTech : Ces start-up font trembler les banques

<http://www.capital.fr/bourse/dossiers/fintech-ces-start-up-font-trembler-les-banques-1120962>
(Consulté le 12 avril 2018)

Les Echos (n.d.). Lexique financier - Banque de détail.

https://www.lesechos.fr/financemarches/vernimmen/definition_banque-de-detail.html
(Consulté le 13 avril 2018)

Loos F. (2009). A quoi sert une banque ?

https://www.assistancescolaire.com/eleve/2nde/economie-gestion/reviser-le-cours/a-quoi-sert-une-banque-2_eg04 (Consulté le 14 avril 2018)

Moniteur belge (2013). Loi relative à diverses dispositions concernant le financement des petites et moyennes entreprises.

http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=fr&la=F&cn=2013122127&table_n_ame=loi (Consulté le 11 avril 2018)

Ooreka (2017). Banque solidaire. <https://banque.ooreka.fr/comprendre/banque-solidaire>
(Consulté le 16 avril 2018)

Société générale (n.d.). La gestion des risques bancaires

<https://www.societegenerale.com/fr/comprendre-la-banque/le-metier-de-banquier/la-gestion-des-risques-bancaires> (Consulté le 22 mars 2018) Site du journal Les Echos

Teissier C. (2016). FinTech et banques : duo gagnant vers un nouveau modèle financier.

<https://www.lesechos.fr/idees-debats/cercle/cercle-156865-fintech-et-banques-duo-gagnant-vers-unnouveau-modele-financier-1221205.php> (Consulté le 22 février 2018)

Rodger K. (2015). Etablir des relations entre les banques et les start-up. <https://www.credit-suisse.com/corporate/fr/articles/news-and-expertise/building-relationships-between-banks-and-startups-201512.html> (Consulté le 12 avril 2018)

Universalis (n.d.). Finance de marché – Marché des capitaux.

<http://www.universalis.fr/encyclopedie/finance-de-marche-marches-de-capitaux/> (Consulté 18 avril 2018)

Vakaridis M. (2015). Les GAFAs et les start-up font peur aux banquiers.

<http://www.bilan.ch/argent-finances-plus-de-redaction/gafa-start-peur-aux-banquiers>
(Consulté le 03 avril 2018)

Subsides :

Aides directes (n.d.). Bourses préactivité.

<http://www.aidesdirectes.be/boursepreactivite/bienvenue/index.html> (Consulté le 05 avril 2018)

Aides directes (n.d.). Bourse développement durable.

<http://www.aidesdirectes.be/boursedeveloppement-durable/bienvenue/index.html> (Consulté le 05 avril 2018)

Aides directes (n.d.). Bourse innovation.

<http://www.aidesdirectes.be/bourseinnovation/bienvenue/index.html> (Consulté le 05 avril 2018)

Buigues, P. (2009). Les aides publiques à l'industrie dans les pays développés. *La Revue de l'Ires*, 62,(3), 191-209. doi:10.3917/rdli.062.0191.

Infos-Entreprises (n.d.). Créer l'entreprise : Les soutiens de la wallonie.

<http://www.infosentreprises.be/fr/les-soutiens-de-la-wallonie-14> (Consulté le 05 avril 2018)

Infos-Entreprises (n.d.). Créer l'entreprise : Les aides financières.

<http://www.infosentreprises.be/fr/les-aides-financieres-15> (Consulté le 07 avril 2018)

Infos-Entreprises (n.d.). Créer l'entreprise : Le réseau sowalfin. <http://www.infosentreprises.be/fr/lereseau-sowalfin-132> (Consulté le 08 avril 2018)

Infos-Entreprises (n.d.). Créer l'entreprise : Les 9 invests wallons.

<http://www.infosentreprises.be/fr/les-9-invests-wallons-133> (Consulté le 02 avril 2018)

Infos-Entreprises (n.d.). Créer l'entreprise : Les structures agréées.

<http://www.infosentreprises.be/fr/les-structures-agreees-135> (Consulté le 30 mars 2018)

Infos-Entreprises (n.d.). Créer l'entreprise : Les aides communales.

<http://www.infosentreprises.be/fr/les-aides-communales-165> (Consulté le 11 avril 2018)

Vandamme, M. (1994). Le fonctionnement en Belgique des programmes européens d'éducation et de formation. *Courrier hebdomadaire du CRISP*, 1455-1456,(30), 1-55. doi:10.3917/cris.1455.0001.

Van Pottelsberghe De La Potterie, B., Megally, E. & Nysten, S. (2004). Analyse critique des incitants fiscaux à la R&D des entreprises. *Reflets et perspectives de la vie économique*, tome xliii,(2), 71-92. doi:10.3917/rpve.432.0071.

Van Pottelsberghe B., Megally E., Nysten S. (2004) *Evaluation des incitants fiscaux actuels à la R&D des entreprises en Belgique*. Service public fédéral de programmation Politique scientifique.

Sources réussite/ échec des start-ups:

Gross B. (2015) The single biggest reason why startups succeed.

<https://www.youtube.com/watch?v=bNpx7gpSqBY> (Consulté le 22 septembre 2017)

CBInsights (n.d.). The Top 20 Reasons Startups Fail.

https://www.cbinsights.com/researchreports/The-20-Reasons-Startups-Fail.pdf?utm_campaign=Report++Content+Emails&utm_source=hs_automation&utm_medium=email&utm_content=24695183&_hsenc=p2ANqtz9cnMZTZKRfIKPOBWoPkycApJ_lmylbpKAvgqVHJMkw8dhyE9ygS4gwHEMZrCnzQcsVDuqQHeXBsEcq412hKK8zSCvzSNwVVra6WiUhrwwGnNxHaw&_hsmi=24695183 (Consulté le 21 septembre 2017)

hKK8zSCvzSNwVVra6WiUhrwwGnNxHaw&_hsmi=24695183 (Consulté le 21 septembre 2017)

Conclusion :

European Commission (2017). Promoting entrepreneurship.

http://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship_en (consulté le 24 avril 2018)

European Commission (2017). The Entrepreneurship 202 Action Plan.

<http://ec.europa.eu/growth/smes/promoting-entrepreneurship/action-plan/> (Consulté le 27 avril 2018)

The Economist (2009). The United State of Entrepreneurs.

<http://www.economist.com/node/13216037> (Consulté le 29 avril 2018)

Annexes

1. Interviews de start-ups

Annexe 1.1 : Interview de Guillaume Hachez - QuickLyric

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Guillaume Hachez : Je m'appelle Guillaume Hachez et je suis le fondateur de QuickLyric. Une start-up d'entertainment à Louvain-la-Neuve.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Guillaume Hachez : Nous sommes moins de cinq employés.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Guillaume Hachez : Nous sommes dans la phase de croissance.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Guillaume Hachez : Oui, nous possédons une assez bonne connaissance au sein de notre équipe.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Guillaume Hachez : Nous avons reçu une aide gouvernementale de Digital Wallonie pour une somme de cinquante mille euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Guillaume Hachez : QuickLyric est un ovni sur la scène belge. C'est une startup consumer dont la valeur réside entre autres en sa base d'utilisateurs. A un stade early stage et « pre-money », les investisseurs et VCs belges se montrent frileux, n'aiment pas le risque que cela présente. Un prêt convertible était donc la meilleure solution, et Digital Wallonie est un des rares acteurs à proposer cela.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Guillaume Hachez : Les conditions du prêt sont un peu rudes. De nouveaux acteurs sont apparus depuis. Donc oui, peut-être. Un Business Angel, un fonds d'investissement ne doit pas juste apporter du cash. Il faut qu'ils puissent apporter une certaine expertise, un certain networking, etc.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Guillaume Hachez : Oui, mais la liste est beaucoup trop longue. Pour fonder une entreprise, il est important d'avoir une bonne idée, une équipe compétente et il faut se lancer pour de bonnes raisons.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Guillaume Hachez : J'ai écrit un essai sur ce sujet, je vous conseille donc de le lire. Il s'intitule « pourquoi les Belges ne sont pas entrepreneurs » et traite de la culture belge qui est peu encline à la prise de risque.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Guillaume Hachez : Oui

Annexe 1.2 : Interview de David Frenay – Emolytics

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

David Frenay : Je suis le cofondateur d'Emolytics, une start-up située à Louvain-la-Neuve. Notre secteur d'activité est basé sur des études de marché.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

David Frenay : Nous sommes un peu moins de cinq.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

David Frenay : Nous sommes dans la phase de croissance.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

David Frenay : Oui, j'ai une assez bonne connaissance des modes de financement. Nous avons d'ailleurs fait appel à pas mal d'investisseurs pour constituer notre start-up.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

David Frenay : Nous avons commencé par demander accès à des aides gouvernementales et des subsides. Nous avons obtenu pas mal d'aides : le programme FSO qui est un programme de first spin-off, un subside de la Région Wallonne pour des conseils marketing, des subsides SESAM et nous avons également fait une tentative de prêt subordonné chez Novalia. Une fois cet argent utilisé, nous avons fait appel aux Business Angels et aux Venture Capitalists pour améliorer la croissance de notre entreprise.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

David Frenay : Nous avons levé cinq cent vingt-cinq mille euros en capital. Un FSO tourne autour de deux cent mille euros tout compris et pour le reste, c'est plus ou moins confidentiel.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

David Frenay : Bonne question ! FSO offrait un meilleur moyen de développer la technologie après mon master. Nous sommes une société technologique et nous avons des besoins d'investissements lourds en recherche et développement avant d'espérer une rentabilité.

Autrement, ça n'aurait pas été viable. L'inconvénient évident est qu'il ne faut pas arriver à court d'argent avant le break-even, c'est un peu l'œuf ou la poule. Par définition, on dépense plus que ce qu'on ne gagne pendant pas mal de temps, il faut avoir bien planifié. Et on est tenus par un conseil d'administration qui impose parfois de la lenteur, mais aide aussi à sortir la tête du guidon. Pour le programme FSO, beaucoup d'inconvénients, mais c'est une autre histoire. Pour expliquer cela rapidement, le problème principal du programme est de développer la technologie avant d'aller sur le marché, ce qui est contraire à ce qui devrait se faire, c'est-à-dire venir avec un besoin marché clair, et travailler par phase MVP pour aller vers une technologie mature.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

David Frenay : Je lèverais plus d'argent, ou je prévois des clauses pour libérer plus facilement des tranches en cas de besoin. Je négocierais peut-être les parts à la hausse.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

David Frenay : Non. Même de l'argent venant de VCs n'apporte pas beaucoup en termes de stratégie. Il vaut mieux faire venir à bord du conseil des personnes compétentes dans le domaine d'activité, mais en tant qu'administrateur indépendant.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

David Frenay : Rien n'est facile dans la création d'une start-up, du début jusqu'à la fin : négociation qui parfois plante le matin du passage chez le notaire, problèmes contractuels, business plan qui ne survit pas 3 mois, etc. Elles sont nombreuses et dépendent de chaque projet. Parfois, le problème que la start-up résout n'est pas assez important, parfois les délais de décision sont trop longs, souvent, il s'agit juste d'une mauvaise équipe. Il y'a beaucoup d'écueils sur la route.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

David Frenay : Faire confiance à son instinct, prendre les décisions vite avant qu'elles ne dégénèrent. Il n'y a pas de petit problème, ils finissent tous par devenir gros. Flirter entre guillemets longtemps avec ses co-founders pour être sûr de ne pas miser sur le mauvais poisson. Investir beaucoup de temps dans la recherche du product-market fit, et interroger longuement le marché. Lever plus d'argent que nécessaire, juste au cas où.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

David Frenay : Oui

Annexe 1.3 : Interview de Stéphane De Mesmaeker - SB-Square

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Stéphane De Mesmaeker : Je travaille au sein de SB-square, une start-up à Bruxelles destinée aux services aux personnes.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Stéphane De Mesmaeker : Nous sommes actuellement moins de cinq.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Stéphane De Mesmaeker : Nous sommes dans la phase de développement de notre projet.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Stéphane De Mesmaeker : Non, j'estimerai ma connaissance à trois sur une échelle sur dix.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Stéphane De Mesmaeker : L'argent des proches, les trois F, ainsi que des aides et primes gouvernementales et des subsides. Nous avons obtenu une aide à la consultance pour développer notre projet.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Stéphane De Mesmaeker : Environ cent mille euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Stéphane De Mesmaeker : Ces modes de financement sont très simples. En ce qui concerne l'aide à la consultance, il n'est utilisable que deux fois par an au lieu de le lier à un montant.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Stéphane De Mesmaeker : Non, car il n'y a pas beaucoup d'options aussi simples.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Stéphane De Mesmaeker : Non, pas forcément.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Stéphane De Mesmaeker : Oui, nous avons rencontré des difficultés financières, légales pour les conditions générales, en ce qui concerne le développement également, la propriété intellectuelle, les aides, etc.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Stéphane De Mesmaeker : Il faut avoir une vision claire de là où on va. Une bonne stratégie est de commencer petit et être très focalisé sur la demande.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Stéphane De Mesmaeker : Oui

Annexe 1.4 : Interview d'André Couchard - Co-Tools

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

André Couchard : Je m'appelle André Couchard et je suis un des fondateurs de Co-Tools, une start-up en IOT industrie située à Braine-Le-Comte.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

André Couchard : Nous sommes un peu plus de dix à travailler pour Co-Tools.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

André Couchard : L'entreprise se situe dans la phase de développement.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

André Couchard : Je pense avoir une connaissance normale des modes de financement proposés.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

André Couchard : Nous nous sommes financés grâce à l'argent de nos proches, de nos familles et de nos amis, appelé le Love Money.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

André Couchard : Le montant investi par les FFF est d'approximativement cent quatre-vingt-huit mille euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

André Couchard : Nous sommes une coopérative. Chaque coopérateur a investi selon ses moyens et son intérêt. Cela permet de réaliser un produit avant un premier tour de table.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

André Couchard : Non, pour une coopérative cette approche était la plus facile à réaliser.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

André Couchard : Les aides des proches permettent de consolider la trésorerie pour avancer dans le projet avant de faire appel à des investisseurs professionnels, et ainsi avoir une meilleure position de négociation.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

André Couchard : Nous n'avons pas rencontré de difficultés. Mais je pense que le manque d'expérience, l'incapacité à gérer le cashflow, la méconnaissance des besoins de ses clients potentiels doivent être les problèmes les plus fréquemment rencontrés.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

André Couchard : Utiliser les ressources mises à la disposition des entrepreneurs, comme les centres d'entreprise, les espaces de coworking, etc.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

André Couchard : Oui.

Annexe 1.5 : Interview de Frédéric Lecat - Machinerycash

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Frédéric Lecat : Je m'appelle Frédéric Lecat, fondateur de Machinerycash, une start-up bruxelloise. Le secteur d'activité de Machinerycash est un marché pour les machines d'occasion.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Frédéric Lecat : Nous sommes moins de cinq.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Frédéric Lecat : Nous sommes dans la phase de développement.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Frédéric Lecat : Je n'ai pas une très bonne connaissance des modes de financement, j'estimerai celle-ci à quatre sur une échelle d'un à dix.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Frédéric Lecat : Nous nous sommes financés par subsides et par Business Angels également. En ce qui concerne le subside, nous avons bénéficié d'une prime consultance IT pour développer notre market place.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Frédéric Lecat : Nous avons collecté douze mille euros au total.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Frédéric Lecat : Le subside a permis d'avoir cinquante pour cent de nos frais en consultance remboursés. L'inconvénient est que le paiement est arrivé tardivement, environ un an plus tard. C'est trop long pour une start-up...

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Frédéric Lecat : Non.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Frédéric Lecat : Oui, l'acquisition des clients et le développement du site web. Nous aurions également souhaité avoir un recrutement de personnel plus aisé. Lorsqu'on lance un projet, il faut également être vigilant au manque de fond et au manque de connaissance du métier.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Frédéric Lecat : Commencer sa start-up avec quinze mille euros de fonds et un portefeuille client.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Frédéric Lecat : Oui.

Annexe 1.6 : Interview de Virginie Cartage - Novadip Biosciences

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Virginie Cartage : Je m'appelle Virginie Cartage et je suis cofondateur d'une start-up en thérapie cellulaire, appelé Novadip Biosciences et situé à Mont-Saint-Guibert.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Virginie Cartage : Nous sommes un peu plus de dix à travailler sur nos projets.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Virginie Cartage : Nous sommes dans la phase de développement.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Virginie Cartage : Notre société a fait appel à pas mal d'investisseurs externes. Donc, oui, nous possédons plutôt une bonne connaissance des modes de financement.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Virginie Cartage : Nous avons fait appel aux aides gouvernementales et aux subsides. Plus précisément, des avances récupérables et subsides de la Région Wallonne, le DG06. Ensuite, nous avons fait appel aux Business Angels et aux Venture Capitalists.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Virginie Cartage : Les montants sont confidentiels.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Virginie Cartage : Le fait d'utiliser ces multiples sources de financement nous a permis d'avoir accès à des montants significatifs avec facilité de remboursement.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Virginie Cartage : Non.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Virginie Cartage : Les aides gouvernementales et subsides ne diluent pas les actionnaires existants tout en apportant un financement externe.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Virginie Cartage : Trouver des investisseurs reste un chemin difficile et qui prend du temps. Il faut établir un bon business plan et identifier les risques potentiels, avoir des capacités de management, et pas seulement commerciales.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Virginie Cartage : S'entourer de bons experts dans les domaines qui nous sont moins familiers.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Virginie Cartage : Oui.

Annexe 1.7 : Interview de Kévin Tillier - MySkillCamp

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Kévin Tillier : Nous sommes actifs dans le digital learning, on a développé une plateforme pour les entreprises et les organismes de formation pour qu'ils puissent former leurs salariés et leurs clients. On réunit cet écosystème dans la plateforme, ce qui permet aux salariés de toujours rester dans la même plateforme sans la quitter. Moi, je suis le CEO et cofondateur de Myskillcamp.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Kévin Tillier : Nous sommes plus de dix.

Mathilde : Quels critères recherchez-vous quand vous engagez un nouveau membre ?

Kévin Tillier : Bien évidemment il y'a toujours l'aspect compétence, mais la compétence, ça se développe donc ça passe en second. La mentalité et le savoir-vivre en équipe, ça, c'est important plus que les compétences.

Mathilde : La venue d'un nouveau membre est-elle un risque pour l'entreprise ?

Kévin Tillier : Oui, il y'a des fois où ça n'a pas marché. C'est pour cela qu'il ne faut pas se concentrer uniquement sur les compétences.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Kévin Tillier : Dans la phase de croissance.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Kévin Tillier : Oui, une assez bonne.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Kévin Tillier : Nous avons fait appel au Love Money, aux aides gouvernementales et subsides, ainsi qu'aux Business Angels et au prêt bancaire. Pour les subsides, nous avons eu Sesam de Novallia. On ne trouve pas les mêmes investisseurs à chaque étape, ça s'est phasé. Quand on a un concept, si l'idée est cool, elle va attirer beaucoup plus de monde autour. Ça, c'est lors du premier round. Nous, notre idée était bien, mais il y'avait déjà des plateformes existantes, mais on l'a fait différemment. Et ce genre de projet séduit moins que des choses nouvelles qui arrivent sur le marché, mais pour lesquelles il faut encore tout prouver. Donc moi, au début, j'ai eu plus de mal à trouver des investisseurs, donc j'ai été vers la famille et j'ai eu du Love Money. Ensuite, mon enjeu était de prouver que c'était commercialisable. Donc c'est ce qui s'est passé et donc j'ai attiré des investisseurs lors de la deuxième levée de fonds. Là j'ai eu des invests publics et des investisseurs privés. On avait commencé les ventes et on avait validé le fait qu'il y'avait un marché. Puis l'année dernière, on a vraiment fait une superbe année et du coup, on a attiré d'autres investisseurs qui eux arrivent parce qu'il y'a déjà de la rentabilité et une belle croissance. Donc, à chaque étape, il y'a différents investisseurs qui viennent. Ici, pour la prochaine levée de fond à venir, c'est encore un autre type d'investisseur. Ce sont des investisseurs qui savent mettre jusqu'à des dizaines de millions d'euros parce là c'est vraiment pour du déploiement à l'international. Alors que des Business Angels ne savent pas suivre sur ce genre de dossier.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Kévin Tillier : Nous avons eu neuf cent cinquante mille euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Pour les aides gouvernementales, il y'a souvent beaucoup d'avantages et peu d'inconvénients. Par exemple, on a eu l'AWEX qui aide à l'exportation, donc ça c'est vraiment super. Quand on fait des actions à l'étranger, ils prennent en charge la moitié voire une grande partie des coûts. Quand on fait un salon sur Paris, ils prennent la moitié de nos coûts. Il y'a aussi des aides gouvernementales comme le programme SESAM pour engager jusqu'à cinq employés et puis on a des subsides tous les trimestres. Ça nous a vraiment aidés dans le début et c'est vraiment génial. Aujourd'hui, c'est compliqué à avoir parce que c'est long, nous on l'a eu dès le début et pas beaucoup de personnes rentraient des dossiers à ce moment-là. Ensuite, je ne sais pas si c'est gouvernemental, mais on a eu la SOWALFIN qui nous font des prêts à taux

réduit, ça c'est super pour démarrer, on a un an pour rembourser. Donc, un an chez nous c'est long et c'est court à la fois, mais ça nous permet d'avancer et d'avoir un an d'avance. Mais l'inconvénient c'est que dans un an on va devoir commencer à rembourser, et c'est des grosses sommes à rembourser chaque trimestre. Donc l'enjeu c'est que si on n'avait pas commencé à gagner de l'argent, ça aurait été compliqué de rembourser. Emprunter de l'argent, ça coûte de l'argent comme on dit.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Kévin Tillier : Oui, nous aurions mis une force de vente plus grande.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Kévin Tillier : Oui, les VCs et les Business Angels car ils ont du réseau. Ça dépend quel type de Business Angels. Pour notre part, ils sont super actifs, il y'en a des plus actifs que d'autres clairement. On cherchait du réseau, ils en ont. On cherchait d'autres investisseurs, ça discute. Ce que je veux dire, c'est que tout dépend des investisseurs qu'on rencontre, mais les Business Angels que nous on a choisi, parce qu'il y'en avait plusieurs et qu'on en a sélectionné, sont les Business Angels qui peuvent nous apporter le plus de main. Il y'en a un qui nous aide sur la stratégie internationale parce qu'il a de l'expérience, un qui nous aide sur le marketing parce qu'il est directeur marketing d'une grosse boîte, un qui nous aide sur le plan financier parce qu'il est responsable du département finance dans une multinationale. Chacun a un moment donné de la vie de la start-up va venir nous aider quand il peut et s'il en a l'expérience. Et nous on a choisi parmi nos Business Angels ceux qui pouvaient nous apporter en expérience. Parce que venir apporter dix mille euros, pour nous ça correspond à deux jours, donc au-delà de ça on voulait des personnes qui sachent apporter autre chose de l'argent. Mais parce que c'était notre besoin, il y'a des start-ups qui ont vraiment besoin d'argent, elles choisissent BeAngels parce qu'ils peuvent apporter dix, quinze, vingt milles et ces dix, quinze, vingt mille au début ça m'aurait bien aidé. Donc, chaque étape a ses besoins différents.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Kévin Tillier : C'est difficile de convaincre quand on n'est pas disruptif même si ça fonctionne.

Il est important d'avoir du réseau, de ne pas arriver trop tôt sur le marché et d'être focus sur le produit avant la vente.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Kévin Tillier : Il faut sortir du bureau et aller confronter ses idées. Pouvoir être assez flexible et s'adapter dans les conditions. Nous, par exemple, à la base on avait plutôt lancé une plateforme pour l'éducation, on a vu après un an que ça fonctionné pas et on s'est dit : bon on a un produit, comment est-ce qu'on peut le valoriser autrement ? On a été voir les entreprises et c'est comme ça qu'on a trouvé notre marché. La stratégie, je dirai que c'est pouvoir se remettre en question très souvent, pouvoir changer assez rapidement et surtout changer et que l'équipe qui est derrière nous change en même temps de stratégie et la comprend parce que pour nous c'est simple, on est entrepreneur, mais tout le monde ne vit pas ça comme ça. Il faut de la flexibilité jusqu'à un certain stade, une fois qu'on a le produit, le marché, la vision, les clients, on sait comment on fait pour grandir. Et le nouveau challenge est comment on fait pour recruter les bonnes personnes, la gestion RH, etc.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Kévin Tillier : Oui.

Annexe 1.8 : Interview de Killian Lafont - innov4events

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Killian Lafont : Je m'appelle Killian et je suis l'un des deux fondateurs d'Inno4events, une start-up en événementiel à Louvain-la-Neuve.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Killian Lafont : Nous sommes moins de cinq et cela dépend un peu des projets mis en place.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Killian Lafont : Nous nous situons dans la phase de développement.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Killian Lafont : Oui, assez bonne.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Killian Lafont : Nous avons fait appel au Love Money, c'est-à-dire à nos proches, nos familles et nos amis et à un prêt bancaire.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Killian Lafont : Environ quarante mille euros au total.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Killian Lafont : Notre souhait était de garder l'entière part de la société. Le Love Money et le prêt bancaire étaient donc la façon la plus simple de réaliser cela.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Killian Lafont : Non, c'était le moyen de plus simple de financer notre entreprise selon nous.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Killian Lafont : Oui, le Crowdfunding peut apporter de la visibilité marketing au produit.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Killian Lafont : Non. Un point important pour nous est la gestion du temps.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Killian Lafont : Aucune idée.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Killian Lafont : Oui.

Annexe 1.9 : Interview de Samuel Meirlaen - Big Boy Systems

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Samuel Meirlaen : Je m'appelle Samuel Meirlaen, fondateur de Big Boys Systems. Big Boys Systems est une entreprise de production audiovisuelle immersive située à Wavre.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Samuel Meirlaen : Nous sommes moins de cinq.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Samuel Meirlaen : La phase de développement du projet.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Samuel Meirlaen : Assez bonne, oui.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Samuel Meirlaen : Les aides et primes gouvernementales. Nous avons reçu une aide au dépôt de brevet. Nous avons également fait appel au job alimentaire.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Samuel Meirlaen : Environ cinq mille euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Samuel Meirlaen : Tous les autres subsides et aides ne correspondaient pas à notre projet d'entreprise. Nous avons donc fait uniquement appel à l'aide pour le brevet.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Samuel Meirlaen : Oui, nous avons raté la bourse de préactivité à cause d'un mauvais conseiller. Si c'était à refaire, nous l'aurions eue la seconde fois. Aussi, nous n'avons pas pu obtenir de subsides à l'innovation, car les dossiers ne sont pas adaptés au mode de fonctionnement des start-ups.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Samuel Meirlaen : Je pense que baser la croissance de son entreprise sur une aide conditionnelle comme un subside ou une prime est une stratégie dangereuse. Ce ne sont pas des sources sûrs de revenus sur la durée.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Samuel Meirlaen : Oui. On a fondé la SPRL pour six mille deux cents euros, déposé un brevet pour notre technologie pour une valeur de quinze mille euros, créé des prototypes et commencé à servir nos clients sans aucune aide financière de l'Etat. Nos multiples essais à la DG06, Innoviris voire même directement à la Commission Européenne n'ont pas été fructueux vu la complexité et la taille de l'apport nécessaire pour débloquer des fonds. Ceci alors que sur la théorie, et suite à nos échanges avec les responsables des fonds respectifs, notre entreprise correspondait bien aux critères d'obtention. La complexité administrative belge est une grande source d'échec en Belgique. Ensuite, l'incapacité d'adapter son produit au marché.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Samuel Meirlaen : Dans mon cas, la solution a été de diminuer mes dépenses au quotidien, d'avoir un job alimentaire flexible, et d'être assez masochiste que pour recommencer après chaque échec. Aujourd'hui, nous sommes valorisés à un million cinq cent mille euros et nous nous implantons à San Francisco. Et pourtant, rien n'est joué...

Annexe 1.10 : Interview de Nicolas Pecher - Commuty

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Nicolas Pecher : Notre entreprise Commuty est située à Louvain-la-Neuve. Notre secteur d'activité est la mobilité d'entreprise.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Nicolas Pecher : Nous sommes moins de cinq employés.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Nicolas Pecher : La phase de croissance.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Nicolas Pecher : Oui, plutôt bonne.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Nicolas Pecher : Nous avons fait appel au Love Money, aux aides et primes gouvernementales et aux Business Angels.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Nicolas Pecher : Environ quatre cent mille euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Nicolas Pecher : Pour la rapidité et la facilité avant tout.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Nicolas Pecher : Non.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Nicolas Pecher : Oui, les Business Angels ou les Venture Capitalists ont un réseau et peuvent aider l'accélération de la start-up.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre start-up ? Si oui, lesquels ?

Nicolas Pecher : Non. Selon moi, les difficultés les plus rencontrées sont le manque de financement, le manque d'encadrement, une mauvaise équipe. L'image très tendance de la start-up n'est pas toujours réaliste.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Nicolas Pecher : Tester son produit sur le marché, vraiment. Etre certain de son équipe et des ambitions de chacun avant de se lancer sur le marché.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Nicolas Pecher : Oui.

Annexe 1.11 : Interview de Pietjan Vandooren - Rockestate

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Pietjan Vandooren : Rockestate est une start-up située à Bruxelles dont le secteur d'activité porte sur les services financiers et le secteur de l'énergie.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Pietjan Vandooren : Nous sommes moins de cinq dans l'équipe.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Pietjan Vandooren : Dans la phase de développement.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Pietjan Vandooren : Oui, une très bonne connaissance.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Pietjan Vandooren : Pour l'instant, nous nous sommes uniquement financés par autofinancement.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Pietjan Vandooren : Six mille euros en apport personnel.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Pietjan Vandooren : Nous n'avions pas un grand besoin en investissement et nous commençons déjà à générer du revenu avec certains clients. Tant que nous ne sommes pas en adéquation avec le marché des produits, nous voulons concentrer toutes nos ressources sur la bonne marche à suivre. Une fois cela fait, nous commençons à penser à la mise à l'échelle. Ne pas avoir de financement extérieur nous donne la flexibilité de faire cela comme nous le voyons.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Pietjan Vandooren : Non.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Pietjan Vandooren : Oui, une fois que vous avez un bon ajustement sur le marché et que vous voulez commencer la mise à l'échelle. A ce stade, il devient une question de savoir si vous voulez être contraint par des ressources ou contraint par des opportunités.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre start-up ? Si oui, lesquels ?

Pietjan Vandooren : Rendre les choses trop complexes dès le début. Passer trop de temps sur des choses qui n'ont pas fondamentalement d'importance pour le succès à long terme de l'entreprise. Mauvaise exécution.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Pietjan Vandooren : Construire des produits que les personnes veulent acheter.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Pietjan Vandooren : Oui.

Annexe 1.12 : Interview de Florent Hainaut - Bridgewater

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Florent Hainaut : Je m'appelle Florent Hainaut et je suis un des fondateurs de Bridgewater, une start-up de consultance située à Bruxelles.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Florent Hainaut : Nous sommes un peu plus de cinq.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Florent Hainaut : Nous sommes en pleine croissance.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Florent Hainaut : Je dirai une connaissance moyenne, de cinq sur dix.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Florent Hainaut : Nous avons d'abord apporté des fonds personnels. Puis, nous avons fait appel aux aides gouvernementales, aux subsides et au prêt bancaire. Le subside que nous avons obtenu était un subside à la consultance.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Florent Hainaut : Cinquante mille euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Florent Hainaut : Il est important de varier les sources de financement, selon le moment et le montant nécessaire.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Florent Hainaut : Non.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Florent Hainaut : Oui, le prêt bancaire et les aides et subsides nous ont permis de garder l'entièreté des parts de notre société.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre start-up ? Si oui, lesquels ?

Florent Hainaut : Nous n'avons pas rencontré de difficultés, mais une bonne entente entre fondateurs, une bonne connaissance du secteur d'activité et le financement sont importants.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Florent Hainaut : Etre bien accompagné et mettre en place une bonne gouvernance.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Florent Hainaut : Oui.

Annexe 1.13 : Interview de Matthew Coats - GoVR

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Matthew Coats : GoVR est une entreprise en technologie de l'information située à Bruxelles.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Matthew Coats : Nous sommes un peu moins de cinq employés.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Matthew Coats : Nous sommes dans la période de croissance.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Matthew Coats : Oui, assez bonne.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Matthew Coats : Tout d'abord, nous avons utilisé nos fonds personnels et les 3F's. Nous avons aussi fait appel à des aides et subsides pour la consultance. Ce subside nous permet d'avoir cinquante pour cent de nos dépenses remboursées. Ensuite, nous avons contracté un prêt.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Matthew Coats : Plus ou moins soixante mille euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Matthew Coats : Les 3F's pour la facilité et la rapidité. Les subsides, car nous avons droit à une aide à la consultance. Et le prêt bancaire pour l'achat du matériel.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Matthew Coats : Non.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Matthew Coats : Non, je ne pense pas.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Matthew Coats : Oui, trouver du personnel motivé fut difficile. La lourdeur administrative implique une difficulté pour se concentrer à cent pour cent sur le business et les clients.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Matthew Coats : Développer un modèle Lean, c'est-à-dire se focaliser avant tout sur le client et ses besoins.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Matthew Coats : Oui.

Annexe 1.14 : Interview d'Antoine Praet - ShowSourcing

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Antoine Praet : Je m'appelle Antoine Praet et je suis le CEO de ShowSourcing. ShowSourcing est un software de prises de notes pour les B2B. Notre entreprise a été créée à Bruxelles et s'implémente également à Paris.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Antoine Praet : Nous sommes entre cinq et dix employés.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Antoine Praet : Dans la phase de croissance.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Antoine Praet : Oui, très bonne.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Antoine Praet : Nous avons utilisé notre argent personnel et les aides et subsides avant de faire appel aux Business Angels et aux Venture Capitalists. Nous avons également fait appel au prêt bancaire. En ce qui concerne les aides et subsides, nous avons reçu une aide d'Innoviris.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Antoine Praet : C'est confidentiel.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Antoine Praet : L'optimisation du coût du capital et l'effet dilutif.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Antoine Praet : Non.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Antoine Praet : Oui, le fait d'obtenir du cash rapidement pour pas cher.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Antoine Praet : Non. Il est important de bien gérer l'utilisation des fonds, la validation Market Fit et la balance entre Produit et Commercial.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Antoine Praet : Définir ses KPIs, tester avec un minimum d'investissement et itérer.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Antoine Praet : Oui.

Annexe 1.15 : Interview de Sébastien Leempoel – Riaktr

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Sébastien Leempoel : Riaktr est une start-up en Analytics située à Bruxelles.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Sébastien Leempoel : Nous sommes actuellement plus de dix dans l'équipe.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Sébastien Leempoel : Dans la phase de croissance.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Sébastien Leempoel : Oui, une bonne connaissance.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Sébastien Leempoel : Nous avons fait appel à nos proches, appelé le Love Money, aux aides et subsides offerts par la Région et aux Venture Capitalists. Nous avons également utilisé un prêt bancaire. Pour les aides de la Région, nous avons principalement fait appel à Innoviris.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Sébastien Leempoel : C'est confidentiel.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Sébastien Leempoel : Nous avons eu une super collaboration avec Innoviris. Ils comprennent notre business, ce que nous faisons et comment nous travaillons.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Sébastien Leempoel : Non.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Sébastien Leempoel : Selon moi, tous les fonds aident l'entreprise à grandir, mais de façon différente.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Sébastien Leempoel : Non, nous avons généré des cashflows positifs très tôt. Il est important pour un entrepreneur de passer assez de temps pour comprendre les besoins du marché et de ne pas tomber à court de financement.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Sébastien Leempoel : Cette question est très large. Etre orienté client par exemple est très important, comme beaucoup d'autres éléments.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Sébastien Leempoel : Oui.

Annexe 1.16 : Interview de Thibaut Roberti - LawBox

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Thibaut Roberti : LawBox est une start-up focalisée sur la legaltech à Bruxelles.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Thibaut Roberti : Nous sommes moins de cinq à travailler pour LawBox.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Thibaut Roberti : Dans la phase de croissance.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Thibaut Roberti : Oui, assez bonne.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Thibaut Roberti : Nous nous sommes financés avec nos propres fonds et par un prêt bancaire.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Thibaut Roberti : C'est confidentiel.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Thibaut Roberti : Pour monter notre société, nous avons utilisé une société dormante. Les capitaux étaient négatifs et nous n'avions ainsi pas accès aux primes avant le nouvel exercice comptable. L'apport personnel pour débiter était donc notre seule option.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Thibaut Roberti : Oui, nous aurions dû créer une nouvelle société.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Thibaut Roberti : Oui, les subsides et primes couplés à des Business Angels vous permettent de faire la phase que l'on appelle scale up, c'est-à-dire avoir les fonds des aides, subsides et Business Angels et le network des Business Angels pour aller à l'international. Il est important lors d'une levée de fond de faire appel à ce que l'on appelle de la smart money, cela signifie que le Business Angel doit amener de la compétence et de la valeur autre que monétaire dans la société.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Thibaut Roberti : Oui, le temps de développement de la plateforme a pris du retard et donc notre période de cash burning a été prolongé et nous n'avions pas assez capitalisé. Nous avons fait appel à des avances d'actionnaires pour combler cela. Le temps, les négociations sont très lentes et pendant ce temps-là, il y'a des frais récurrents à payer.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Thibaut Roberti : Préfacturer à vos clients une partie et surtout être lean, c'est-à-dire ne pas vendre un tout, mais découper le scope du projet en plusieurs phases qui permettent d'avancer et de facturer. Commencer par un MVP et améliorer par la suite.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Thibaut Roberti : Oui.

Annexe 1.17 : Interview de Thomas Walewyns - VOCSens**Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?**

Thomas Walewyns : VOCSens est une start-up située à Louvain-la-Neuve qui porte sur l'internet des objets, l'industrie 4.0, la surveillance environnementale et industrielle, les microcapteurs et microsystèmes.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Thomas Walewyns : Nous sommes moins de cinq.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Thomas Walewyns : Dans la phase de développement.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Thomas Walewyns : Oui, plutôt bonne.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Thomas Walewyns : Nous nous sommes financés par aides gouvernementales. Nous avons fait appel à un first spin-off et à SPW DG06.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Thomas Walewyns : Deux fois deux cent vingt-deux mille euros environ. La durée de ces montants était de deux ans et d'un an.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Thomas Walewyns : C'était un projet de valorisation de la recherche universitaire par la création d'une spin-off.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Thomas Walewyns : Non.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Thomas Walewyns : Oui, en fonction de sa nature, que ce soit un prêt ou un investissement, plus ou moins de risques sont pris dans les développements et donc dans la stratégie de croissance. Dans le cadre d'un investissement de type seed, il y a aussi la préparation à une future levée série a, etc. avec tout ce que cela entraîne en termes de livrables et milestones.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Thomas Walewyns : Non, mais c'est à venir. Il faut bien identifier le marché et ses besoins, avoir un bon couple produit-marché. Il ne faut pas arriver trop tôt sur le marché avec un produit pas mûr.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Thomas Walewyns : Tester rapidement sa solution sur le terrain et adopter une méthode agile.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Thomas Walewyns : Oui.

Annexe 1.18 : Interview de Jonathan Schockaert - ListMinut

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Jonathan Schockaert : ListMinut est une économie collaborative qui offre un service de proximité. L'entreprise est située à Bruxelles.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Jonathan Schockaert : Entre cinq et dix employés.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Jonathan Schockaert : Nous sommes actuellement en pleine croissance.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Jonathan Schockaert : Oui, nous avons une très bonne connaissance des modes de financement.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Jonathan Schockaert : Nous avons utilisé notre argent personnel, les aides et subsides offerts par la Région et nous avons également fait appel aux Business Angels et aux Venture Capitalists. En ce qui concerne les aides de la Région, nous avons obtenu une bourse de préactivité, une prime de première embauche et une aide à la consultance.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Jonathan Schockaert : Nous avons placé vingt mille euros dans notre entreprise. Les aides et subsides nous ont apporté cent mille euros. Et pour les Business Angels et Venture Capitalists, un million trois cent cinquante mille euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Jonathan Schockaert : Pour les fonds personnels, on n'avait pas le choix, il était trop tôt pour lever des fonds. L'avantage, c'est que c'est notre argent et on reste propriétaire de notre entreprise. Ensuite, les aides, primes et subsides, personnellement je ne suis pas fan. C'est beaucoup d'administratifs pour de l'argent qui a peu de valeur ajoutée, aucune autre que financière, mais on prend vite énormément de temps pour les dossiers, etc. Nous les utilisons uniquement pour des choses qui interviennent dans des coûts que l'on aurait d'office eus même sans subside. Trop d'entreprises adaptent leurs stratégies, ou uniquement leurs discours, juste pour pouvoir toucher des subsides. C'est une perte de temps. Alors qu'avec les Business angels et VCs, lorsqu'on a des entrepreneurs qui apportent une valeur ajoutée autre que financière, la différence est énorme. Ils ouvrent le réseau, peuvent suivre lors d'un tour suivant, partagent leur expérience, etc. Bien sûr on perd une partie de l'entreprise, mais mieux vaut avoir une petite part d'un gros gâteau qu'une grande part d'un petit gâteau.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Jonathan Schockaert : On aurait levé des fonds avec des business angels plus tard. On s'est lancé trop tôt, donc nous n'étions pas prêts, nous n'avions pas assez de chiffres et de connaissance de notre business, donc on a perdu beaucoup de temps.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Jonathan Schockaert : Le prêt convertible est idéal. Pas de longues discussions sur la valorisation de la boîte, un document de 2/3 pages suffit, et donc pas de frais d'avocats et de notaires inutiles, etc. Ça permet de trouver des fonds plus rapidement et de se concentrer sur l'essentiel, c'est-à-dire son business.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Jonathan Schockaert : Pleins. Comme nous sommes une économie collaborative, nous avons rencontré des difficultés juridiques. Mais également le manque de réseau, le manque d'expérience, l'accès au financement, et des problèmes de RH lorsque nous avons dû nous

séparer d'un des fondateurs. De l'argent en Belgique il y'en a, plein ! Beaucoup d'investisseurs cherchent des bons projets. Il faut juste arrêter de penser que, parce qu'on lance une startup, on va trouver de l'argent. Il faut avoir une bonne équipe, une bonne idée et être prêt. La qualité d'exécution est primordiale.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Jonathan Schockaert : Avoir une équipe de feu. Les ressources humaines sont l'élément le plus sous-estimé dans les start-ups. Pourtant, en cas d'erreur, ça peut coûter très cher. Pas en argent, on n'en a pas, mais en temps, en efficacité, etc. Et si c'est bien géré, ça change tout le business.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Jonathan Schockaert : Oui.

Annexe 1.19 : Interview de Philippe Van Caloen - Prospect.io

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Philippe Van Caloen : Je m'appelle Philippe Van Caloen, un des fondateurs de Prospect.io. Nous avons développé un logiciel, une plateforme sales automation pour augmenter la productivité des équipes sales.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Philippe Van Caloen : Nous sommes plus de cinq.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Philippe Van Caloen : Nous sommes dans la période de croissance.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Philippe Van Caloen : Oui, assez bonne je dirai.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Philippe Van Caloen : Nous avons apporté nos fonds personnels et nous avons ensuite fait appel aux aides et subsides auprès de SambrInvest et ensuite aux Business Angels.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisées ?

Philippe Van Caloen : Environ cinq cent cinquante mille euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Philippe Van Caloen : Les Business Angels nous ont permis d'accélérer la croissance et de recruter plus rapidement.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Philippe Van Caloen : Non.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Philippe Van Caloen : Faire appel à des Business Angels permet d'accélérer le développement.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Philippe Van Caloen : Non. Il faut bien sûr concentrer sur l'exécution du projet, et dans notre cas, de notre plateforme.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Philippe Van Caloen : Non, mais selon moi, l'échec permet d'avancer. Il est important d'apprendre de ses erreurs.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Philippe Van Caloen : Oui.

Annexe 1.20 : Interview d'Edoardo Camilli - Hozint

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Edoardo Camilli : Hozint est une start-up en risk management située à Bruxelles.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Edoardo Camilli : Nous sommes un peu moins de cinq employés.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Edoardo Camilli : Nous sommes dans la phase de croissance.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Edoardo Camilli : Oui, assez bonne.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Edoardo Camilli : Nous n'avons investi que nos propres fonds.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Edoardo Camilli : Non, c'est confidentiel.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Edoardo Camilli : Les avantages avec le fait d'utiliser que nos propres ressources sont le contrôle total de la compagnie, moins de pressions des investisseurs et pas d'équipe de conseils. Cependant, la croissance est forcément plus lente du aux cashflows.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Edoardo Camilli : Non.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Edoardo Camilli : Je pense que chaque entreprise a besoin de différentes options de financement adaptées à son cas. Par exemple, une entreprise à forte intensité de main d'œuvre ou de capital nécessite plus d'investissements qu'une entreprise numérique, tandis qu'un entrepreneur social peut avoir un accès plus facile aux subventions publiques qu'à des VCs.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Edoardo Camilli : Comme nous avons décidé de financer notre start-up en réinvestissant une partie du bénéfice réalisé via les ventes, nous étions liés par les cash-flows qui étaient plus lents au début. Par conséquent, nous n'avons pas été en mesure d'embaucher toutes les personnes dont nous avons besoin à la fois. Néanmoins, cette approche nous a permis de rester concentrés sur les clients plutôt que sur les investisseurs, améliorant ainsi notre MVP pas à pas. Une mauvaise idée, une mauvaise équipe, une mauvaise stratégie de croissance sont les principales sources d'échecs selon moi.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Edoardo Camilli : Je pense que l'approche lean start-up en est une bonne. Commencer petit avec un MVP qui peut marcher et être testé par des utilisateurs et ensuite l'améliorer.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Edoardo Camilli : Oui.

Annexe 1.21 : Interview de Nicolas Casula - Itinari

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Nicolas Casula : Itinari est une start-up en tourisme digital localisée à Bruxelles.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Nicolas Casula : Nous sommes entre cinq et dix employés.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Nicolas Casula : Dans la phase de développement.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Nicolas Casula : Oui, une très bonne.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Nicolas Casula : Nous avons utilisé nos fonds personnels et l'argent de nos proches, ainsi que des subsides. Nous avons également fait appel aux Business Angels et aux Venture Capitalists. Les subsides que nous avons obtenus étaient octroyés par la DG06 de la Région Wallonne. C'est une mesure RPR, responsable projet de recherche.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Nicolas Casula : Sept cent cinquante mille euros au total à ce jour.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Nicolas Casula : J'ai souhaité avoir des venture capitalists assez rapidement dans l'actionnariat, ce qui me garantit d'avoir des actionnaires disposant de moyens financiers pour soutenir le projet sur la durée. Par ailleurs, il y a un gros contenu technologique, qui nécessite du développement, pour lequel j'ai demandé un soutien financier à la Région Wallonne. Vu les capitaux investis par des privés dans la start-up, la Région a donné son accord.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Nicolas Casula : Non.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Nicolas Casula : Le fait d'avoir des VCs, des fonds d'investissement professionnels, cela crédibilise le projet pour la suite de l'aventure.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Nicolas Casula : La période où nous avons rencontré des difficultés était au début, avant la toute première levée de fonds. Il a été difficile de trouver des cofondateurs avec des compétences complémentaires.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Nicolas Casula : Non, je ne pense pas qu'il y ait une seule réponse à cette question. Chaque histoire entrepreneuriale est différente. Je dirais que ce qui est important, c'est que la stratégie soit bien claire dès le début, qu'on sache les combats qu'on doit mener, et ne pas se disperser par la suite. Dans le cas d'itinari, on a choisi d'opter pour la traction en premier lieu, et de laisser la monétisation pour la suite.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Nicolas Casula : Oui.

Annexe 1.22 : Interview de Laurent Karim - Zendo

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Laurent Karim : Nous produisons des boissons rafraîchissantes et saines. Notre entreprise est située à Bruxelles.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Laurent Karim : Nous sommes actuellement moins de cinq.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Laurent Karim : Nous sommes dans la phase de croissance.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Laurent Karim : Oui, une plutôt bonne.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Laurent Karim : Nous avons utilisé nos propres fonds et les fonds de nos proches, les aides et subsides de la Région Bruxelloise également. Nous nous sommes également inscrits sur une plateforme de Crowdfunding pour faire appel à un large public. Et enfin, nous avons fait appel aux Business Angels.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Laurent Karim : Vingt-cinq mille euros environ.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Laurent Karim : C'était facile d'accès. Nous n'avons pas trouvé de désavantages.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Laurent Karim : Non.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Laurent Karim : Les business angels apportent de la valeur ajoutée avec leurs réseaux. Le crowdfunding fait parler de la startup et créer en plus de ceci des ambassadeurs de la marque.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Laurent Karim : Non pas trop. Les gens sont assez motivés à l'idée de financer une start-up lorsque le produit tient la route ainsi que les fondateurs. L'équipe est essentielle. Le financement est un travail difficile et stressant, mais avec une bonne organisation et une bonne idée normalement ça passe. Ne pas apporter le bon produit sur le marché couplé avec le manque de réactivité pour modifier celui-ci en fonction de la demande du marché.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Laurent Karim : Pas vraiment de stratégie, mais être il faut être très attentif à l'écoute du marché peut diminuer les risques de l'échec.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Laurent Karim : Oui.

Annexe 1.23 : Interview de Raphaël Dupriez - Little Food

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Raphaël Dupriez : Notre start-up, Little Food, est basée sur l'alimentation et se situe à Bruxelles.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Raphaël Dupriez : Nous sommes un peu plus de cinq à travailler pour Little Food.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Raphaël Dupriez : Nous sommes actuellement dans la phase de développement du projet.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Raphaël Dupriez : Pas mauvaise.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Raphaël Dupriez : Nous avons fait appel à nos proches et à une plateforme de Crowdfunding. Nous avons également obtenu des aides et subsides, aides à l'investissement, aides au recrutement et appel à projets de Bruxelles environnement. Nous avons également utilisé un prêt bancaire. Et nous avons obtenu le statut de Job Yourself, un subside sous forme de statut de chômeur.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Raphaël Dupriez : Plus ou moins cent vingt mille euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Raphaël Dupriez : On ne choisit pas des subsides, on tente de les recevoir.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Raphaël Dupriez : Non, je n'ai pas assez de recul pour voir les problèmes et les avantages et inconvénients de chacun.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Raphaël Dupriez : Le Crowdfunding n'est pas uniquement une manière de se financer, on communique avec un réseau, une plateforme.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Raphaël Dupriez : Oui, énormément, mais ça nécessiterait bien un petit roman. Il faut être capable de collaborer avec ses partenaires, ses associés et savoir évoluer et changer soi-même.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Raphaël Dupriez : Il faut du courage, de l'adaptabilité et de la collaboration.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Raphaël Dupriez : Oui.

Annexe 1.24 : Interview de Jérémy Tondeur - 4 YOUR PARTY

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Jérémy Tondeur : 4YourParty est une start-up d'événementiel créée à Mons.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Jérémy Tondeur : Nous sommes moins de cinq.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Jérémy Tondeur : Dans la phase de croissance.

Mathilde : Sur une échelle d'un à dix, comment estimeriez-vous votre connaissance des sources de financement ?

Jérémy Tondeur : Sept sur dix.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Jérémy Tondeur : L'apport personnel et celui des proches tout d'abord. Ensuite, les aides gouvernementales et l'appel à un prêt bancaire. Nous avons ainsi reçu une prime E-business et une prime AWEX.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Jérémy Tondeur : Quinze mille euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Jérémy Tondeur : Nous nous sommes basés sur des conseils reçus par LME.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Jérémy Tondeur : Non.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Jérémy Tondeur : Oui, les primes. Elles peuvent modifier les priorités dans le développement de l'entreprise. La stratégie va s'adapter afin de pouvoir obtenir la prime.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Jérémy Tondeur : Non. Pour éviter les difficultés, je pense qu'il faut se concentrer sur ses clients avant tout, et avant ses proches. Ne pas voir les choses trop grande et trop vite. Et faire attention aux coûts.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Jérémy Tondeur : Probablement. Je dirai qu'il faut s'entourer de bons conseillers. On ne peut pas tout savoir sur tout.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Jérémy Tondeur : Oui.

Annexe 1.25 : Interview de Cédric Neve - Digiteal

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Cédric Neve : Digiteal est une entreprise en Fintech située à Mont-Saint-Guibert. Nous sommes un peu plus de cinq employés à ce jour.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Cédric Neve : Dans la phase de croissance.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Cédric Neve : Oui, très bonne.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Cédric Neve : Nous avons amené nos propres fonds et nous avons eu de l'aide de nos familles et de nos proches. Nous avons également reçu des chèques entreprises de la part de la Région et le programme H2020 SME instrument en phase une et deux. Nous avons également fait appel aux Business Angels et à un prêt bancaire.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Cédric Neve : Environ deux millions quatre cent mille euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Cédric Neve : Notre objectif était d'obtenir de la smart money, grâce aux Business Angels et nous visions également un minimum de dilution.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Cédric Neve : Non, mais nous aurions été plus vite pour frapper directement aux bonnes portes.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Cédric Neve : Tous les investisseurs, les 3F, les business angels, les invest régionaux, les partenaires industriels, dans des domaines diversifiés et auxquels on donne l'occasion de s'exprimer et de participer à la stratégie de l'entreprise sont un atout pour mieux se positionner et prendre de meilleures décisions. Cela permet également d'avoir accès à un réseau plus large.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Cédric Neve : Pas à la création, mais en phase d'investissement, c'est une préoccupation constante. Le manque de préparation, le manque d'adéquation au marché, etc. Et dans notre cas, nous avons été trop concentrés sur le produit et pas assez sur le marché.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Cédric Neve : Mettre en place une approche lean, faire appel aux incubateurs pour avoir une certaine structure, vérifier les hypothèses, tester, tester, tester, et tester encore à moindres frais.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Cédric Neve : Oui.

Annexe 1.26 : Interview de CG2M SPRL

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

CG2M SPRL est un concept store situé à Grez-Doiceau.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Nous sommes actuellement moins de cinq.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Dans la phase de croissance.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Non, pas vraiment.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Nous avons fait appel à nos proches et nous nous sommes enregistrés sur une plateforme de Crowdfunding. Nous avons également reçu de l'aide de Crédal.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Environ vingt-cinq mille euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

C'était les seules solutions qui s'offraient à nous en tant que jeunes sociétés. Les banques sont frileuses.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Non

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Les amis et les fonds propres développent notre imagination et notre côté débrouillard. Le crowdfunding crée un lien avec les investisseurs, ils se sentent impliqués dans le concept.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Oui, le manque de liquidités pour faire des investissements. Nous avons rencontré des problèmes financiers et nous avons été confrontés à la réalité de la vie d'indépendant. On s'imagine rarement l'envers du décor et tous les frais cachés adhérents aux statuts d'indépendants et à la survie de la société.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

C'est la motivation, le courage et l'engagement personnel.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Non.

Annexe 1.27 : Interview de Lucie Thieule - Les Débrouillardes

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Lucie Thieule : Je m'appelle Lucie Thieule et je suis cofondateur de la start-up les Débrouillardes, qui offre des services et autres formations en bricolage et autres.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Lucie Thieule : Nous sommes moins de cinq.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Lucie Thieule : Dans la phase de développement.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Lucie Thieule : Oui, assez bonne.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Lucie Thieule : Nous avons commencé par nos apports personnels et ceux de nos proches. Nous sommes sur une plateforme de Crowdfunding où nous proposons de l'argent en échange de services proposés par Les Débrouillardes. Nous avons également fait appel à une banque pour un prêt.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Lucie Thieule : Pour démarrer quinze mille euros en fonds propres, deux ans pour un prêt de quatorze mille euros et sur la plateforme de Crowdfunding nous visons les dix mille euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Lucie Thieule : La volonté d'être financièrement indépendant et autonome. Lancer une start-up, c'est être dans l'obligation d'aller sur une combinaison de solutions.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Lucie Thieule : Non.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Lucie Thieule : Non, car décision d'y aller en fonds propres. Mais sûre que oui si j'avais du aller chercher de l'argent ailleurs.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Lucie Thieule : Manque de réflexion d'un modèle rentable : on nous pousse à entreprendre dès qu'on a une idée. Mais on oublie de mettre en avant que pour vivre et survivre, il faut gagner sa vie et vendre. Une idée ne fait que vingt pour cent du travail, il faut la travailler sans cesse. Beaucoup se lancent avec une idée, cherchent des subsides, etc. en oubliant de

faire du chiffre et vendre. On n'ose plus présenter les choses comme ça, car trop capitaliste, etc. Mais gagner de l'argent, faire vivre son entreprise n'empêche pas de garder une bonne finalité et d'après distribuer son argent à de bonnes fins.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Lucie Thieule : Vendre.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Lucie Thieule : Oui.

Annexe 1.28 : Interview de Vincent Vandemeulebroucke - Exclusive Event SNC

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Vincent Vandemeulebroucke : Nous avons fondé Exclusive Event SNC qui est une start-up en événementiel pour aider dans l'organisation de soirée. Nous nous situons à Court-Saint-Etienne.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Vincent Vandemeulebroucke : Nous sommes trois fondateurs.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Vincent Vandemeulebroucke : Dans la phase de croissance.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Vincent Vandemeulebroucke : Pas vraiment.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Vincent Vandemeulebroucke : Nous nous finançons par nos propres moyens.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Vincent Vandemeulebroucke : Cinq mille euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Vincent Vandemeulebroucke : Nous avons investi petit à petit suivant le nombre de projets et de demandes. Nous avons décidé de limiter ce risque par cette façon de fonctionner.

Néanmoins, la croissance était faible au tout début, un peu à l'image des moyens financiers que nous avons mis.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Vincent Vandemeulebroucke : Sans certitude. Nous sommes une entreprise qui propose un service, la location de matériel, ce qui ne demande pas un grand fond d'investissement.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Vincent Vandemeulebroucke : Oui, mais cela est propre à chaque structure et l'engagement personnel que chacun est prêt à prendre d'un point de vue des risques, des responsabilités, etc.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Vincent Vandemeulebroucke : Pas réellement, mais nous grandissons en fonction des projets et non l'inverse. Plus on a de demandes, plus on investit et on grandit. Le manque de connaissance de gestion, le manque de contacts et réseau et le manque de bonne communication peuvent jouer pour la bonne exécution.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Vincent Vandemeulebroucke : Pas vraiment.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Vincent Vandemeulebroucke : Non.

Annexe 1.29 : Interview de François Ducobu - ADDF Software

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

François Ducobu : ADDF est une entreprise d'informatique située à Nivelles.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

François Ducobu : Nous sommes moins de cinq.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

François Ducobu : Dans la phase de croissance.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

François Ducobu : Sur une échelle d'un à dix, je l'estimerais à cinq sur dix.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

François Ducobu : Par fonds personnels, aides et primes gouvernementales proposées par WING, Business Angels et prêt bancaire.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

François Ducobu : Cent cinquante mille euros au total.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

François Ducobu : WING offre un prêt convertible, un taux d'intérêt réduit. De plus, le personnel encadre bien la création de la société.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

François Ducobu : Non.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

François Ducobu : Non, je ne pense pas.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

François Ducobu : Le délai entre la production et la rentrée de cash.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

François Ducobu : Non.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

François Ducobu : Oui.

Annexe 1.30 : Interview de William Vergati - Neverland Medical Films

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

William Vergati : Neverland Medical Films est une start-up en audiovisuel située à Louvain-la-Neuve.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

William Vergati : Moins de cinq employés.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

William Vergati : Dans la phase de développement.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

William Vergati : Pratiquement aucune...

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

William Vergati : Uniquement par fonds personnels.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

William Vergati : Six mille deux cent dix euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

William Vergati : La solution la plus simple. Il y'a le risque de perdre ce capital si la société ne décolle pas.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

William Vergati : Non.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

William Vergati : Je ne sais pas...

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

William Vergati : Oui, le manque d'information claire nous a conduits à certaines difficultés. Il faut faire preuve de patience lors qu'on monte sa société.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

William Vergati : Je ne sais pas...

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

William Vergati : Oui.

Annexe 1.31 : Interview de Laure Uytendhoef - Piximate

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Laure Uytendhoef : Piximate est une start-up en audiovisuel à Louvain-la-Neuve.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Laure Uytendhoef : Moins de cinq.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Laure Uytendhoef : Dans la phase de croissance.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Laure Uytendhoef : Je l'évaluerai à six sur une échelle d'un à dix.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Laure Uytendhoef : Tout d'abord, les fonds personnels. Ensuite, nous avons obtenu un subside auprès de WING.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Laure Uytendhoef : Deux cent mille euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Laure Uytendhoef : Nous avons des fonds propres, ça a été facile et rapide à mettre en place, et ça a permis que les cofondateurs soient détenteurs de 100% des parts de la société. Dans un deuxième temps, nous avons fait appel aux subides de la Région Wallonne puis fait une levée de fonds, un seed round, dans laquelle on retrouve la Région Wallonne et des investisseurs privés.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Laure Uytendhoef : Non. Mais nous activerions peut-être les autres leviers plus rapidement pour les subides, les prêts bancaires, les prêts de la Région, etc.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Laure Uytendhoef : Les investisseurs privés ou institutionnels peuvent apporter un regard extérieur et conseiller ou imposer certains choix stratégiques. Mais ce n'est pas forcément le cas.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Laure Uytendhoef : Oui. Pas de problèmes financiers, mais plutôt d'ordre administratif. La constitution d'une entreprise demande trop de temps, et de démarches compliquées et souvent mal ou pas expliquées. Le fait d'être trop peu ou mal entouré/conseillé. Le manque de moyens financiers. Le fait de ne pas avoir de connaissance de tous les enjeux. La trop faible résistance au stress.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Laure Uytendhoef : Un moyen de garantir le succès est d'être entouré des bonnes personnes pour tous les aspects nécessaires, c'est-à-dire comptable, légal, coaching, etc. Aussi avoir une vision sur plusieurs années et avoir une base financière pour pouvoir lancer son activité « sereinement ». Et être ouvert à ce qui se passe sur son propre marché, mais aussi dans le reste du monde. Il faut également tester son produit/service, prendre du feedback, adapter, et recommencer !

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Laure Uytendhoef : Oui.

Annexe 1.32 : Interview de Sylvain Lejeune - Betrail

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Sylvain Lejeune : Je m'appelle Sylvain Lejeune et je suis un des cofondateurs de Betrail, un site web sportif.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Sylvain Lejeune : Moins de cinq.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Sylvain Lejeune : Nous sommes dans la phase de développement.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Sylvain Lejeune : Pas vraiment.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Sylvain Lejeune : Nous avons amené nos propres fonds. Nous sommes également sur une plateforme de Crowdfunding. Nous avons également reçu des prêts convertibles semi-publics de WING et MeusInvest, une bourse de préactivité et le tax-shift, c'est-à-dire la suppression des charges patronales premier employé. Après cela, nous avons fait appel aux Business Angels.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Sylvain Lejeune : C'est encore confidentiel à ce jour.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Sylvain Lejeune : Nous avons rapidement été mis en contact avec Leansquare/MeusInvest qui nous a soutenus puis orientés vers les fonds Wing.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Sylvain Lejeune : Non, mais le financement est encore en cours.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Sylvain Lejeune : Le crowdfunding permet à notre communauté d'investir directement dans le projet et de s'en sentir partie prenante. Dans notre cas, nous avons opté pour la plateforme Spreds pour faire découvrir notre projet.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Sylvain Lejeune : Le manque de trésorerie lors de la période de développement. A vrai dire, on est en plein dedans.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Sylvain Lejeune : Nous n'avons pas encore assez d'expérience pour répondre à cela. Mais il doit sûrement y en avoir beaucoup ! Un premier point est d'oser poser des questions et demander aux autres.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Sylvain Lejeune : Oui.

Annexe 1.33 : Interview d'Hakim Aït Iftene – Ushoes

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Hakim Aït Iftene : Je m'appelle Hakim et je suis l'un des cofondateurs de UShoes, à Louvain-la-Neuve. Notre idée est de développer une chaussure avec des semelles interchangeables.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Hakim Aït Iftene : Nous sommes deux investis dans le projet.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Hakim Aït Iftene : Nous en sommes encore à la phase du concept, de l'idée.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offrent aux start-ups ?

Hakim Aït Iftene : Je dirai cinq sur dix.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Hakim Aït Iftene : Pour l'instant, nous avons apporté nos propres fonds et nous avons fait appel aux aides gouvernementales. Nous avons ainsi obtenu la bourse de préactivité pour notre analyse de marché et une aide au design et au prototypage.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Hakim Aït Iftene : Le montant de ces aides est de dix mille sept cent cinquante euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Hakim Aït Iftene : Le dossier à monter pour bénéficier de ces aides est relativement facile à monter et cela limite le risque au début. Etant dans la phase d'idée, on reçoit de l'argent qu'il ne faut pas forcément justifier.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Hakim Aït Iftene : Les Business Angels et prêts bancaires amènent une véritable valeur ajoutée grâce à leurs expériences et connaissances financières

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Hakim Aït Iftene : Dans la phase de lancement, il faut réunir du capital assez rapidement pour faire face à diverses dépenses, ce qui n'est pas toujours facile en étant étudiant et ralentit donc l'avancée du projet. Il faut de la motivation, gérer les contraintes financières, gérer le manque de coaching/supervision, ainsi que le manque de patience, la fragilité de l'équipe, le manque de connaissance sur le marché, etc.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Hakim Aït Iftene : Se baser sur une stratégie test-erreur permet d'améliorer l'idée et obtenir un produit/service bien rodé qui colle à la demande le plus possible.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Hakim Aït Iftene : Oui.

Annexe 1.34 : Interview de Maxence Renard - Fodalytics (Maxence Renard)**Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?**

Maxence Renard : Je suis le créateur de la start-up Fodalytics, une entreprise en engineering qui travaille sur la détection d'objets étrangers par prise d'images vidéo via des caméras fixées sur des véhicules.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Maxence Renard : Nous sommes trois dans le développement du projet.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Maxence Renard : Développement.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Maxence Renard : Je l'évaluerais à cinq sur une échelle d'un à dix.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Maxence Renard : Nous avons commencé notre projet grâce à un apport personnel et l'aide des proches, autrement appelé les Family, Friends and Fools et nous avons ensuite fait appel aux aides et primes gouvernementales. Les chèques entreprises nous ont permis d'avoir une première base.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Maxence Renard : Dix mille euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Maxence Renard : Il s'est avéré évident de mobiliser les aides qui sont à notre disposition surtout lorsque les moyens sont limités. Nous n'avons pas encore levé d'argent auprès d'investisseurs en vue de valoriser notre propre argent au travers de l'évolution de l'entreprise.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Maxence Renard : Non sauf si j'avais plus d'argent personnel à investir, peut-être que nous aurions fait un appel à des investisseurs pour accélérer le Go To Market et donc la croissance de l'entreprise.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Maxence Renard : Selon moi, les Business Angels et les VCs apportent une réelle valeur ajoutée de par leurs expériences.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Maxence Renard : Non. Des difficultés peuvent être dues au manque de moyens, à la non-validation de son marché avant la création, au fait d'être mal accompagné ou au manque d'expérience ou encore de compétences spécifiques.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Maxence Renard : Lean Startup est le maître mot !

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Maxence Renard : Oui.

Annexe 2.35 : Interview de Marc Coppens - Tessares

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement vous et votre start-up ?

Marc Coppens : Tessares est une start-up de télécommunication à Louvain-la-Neuve.

Mathilde : De combien d'employés votre start-up est-elle constituée ?

Marc Coppens : Nous sommes actuellement un peu plus de dix.

Mathilde : Dans quelle phase de développement votre start-up se situe-t-elle ?

Marc Coppens : Phase de croissance.

Mathilde : Avez-vous une bonne connaissance des modes de financement qui s'offre aux start-ups ?

Marc Coppens : Assez bonne.

Mathilde : Quel(s) mode(s) de financement a été utilisé(s) pour le développement de votre entreprise ?

Marc Coppens : Nous avons utilisé nos fonds personnels, les aides et subsides où nous avons pu obtenir des avances récupérables de la Région Wallonne. Nous avons aussi fait appel aux Venture Capitalists et au prêt bancaire, ainsi qu'à un actionnaire industriel.

Mathilde : Pouvez-vous estimer les montants correspondant aux modes de financement utilisés ?

Marc Coppens : Nous avons utilisé des actions et obligations convertibles pour une valeur d'environ cinq millions d'euros.

Mathilde : Pourquoi et comment avez-vous fait ce choix ? Quels en sont les avantages et inconvénients ?

Marc Coppens : Un pacte d'actionnaire et des obligations convertibles permettent de garder le statut de petite entreprise. Les inconvénients d'avoir plusieurs actionnaires autour de la table sont de s'assurer un alignement. L'inconvénient pourrait être une divergence de vues sur la stratégie ou une divergence d'intérêt entre l'actionnaire majoritaire et les fondateurs qui ont une vision plus long terme par exemple.

Mathilde : Si c'était à refaire, modifieriez-vous votre stratégie ?

Marc Coppens : Pas nécessairement.

Mathilde : Pensez-vous qu'un mode de financement peut apporter de la valeur ajoutée à la stratégie de la start-up ?

Marc Coppens : Certains actionnaires sont plus actifs que d'autres et contribuent activement à la stratégie. C'est une réelle valeur ajoutée.

Mathilde : Avez-vous rencontré des difficultés (financières ou non) lors de la création de votre startup ? Si oui, lesquels ?

Marc Coppens : Pas spécialement. Il est primordial d'être flexible lorsqu'on monte sa propre entreprise, de garder en tête que cash is king et de convertir les clients suffisamment rapidement.

Mathilde : Selon vous, existe-t-il des stratégies pour éviter l'échec ? Si oui, lesquels ?

Marc Coppens : Non, mais j'aimerais bien que vous me les communiquiez si vous en avez.

Mathilde : Visez-vous l'internationalisation ?

Marc Coppens : Oui.

2. Interviews complémentaires

Annexe 2.1 : Sophie Neu - Yncubator Louvain-la-Neuve

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement et expliquer l'activité et les objectifs d'Yncubator ?

Sophie Neu : Je m'appelle Sophie Neu et je suis responsable de l'Yncubator à Louvain-la-Neuve. L'Yncubator est un des cinq incubateurs soutenus par la Région Wallonne pour accompagner les étudiants pendant leurs études dans la création de startups. L'Yncubator ici est celui pour le Brabant wallon, donc des étudiants de l'UCL, l'Ephec, l'IAD et les autres

sont également les bienvenus. L'objectif est de donner des outils, du coaching, un espace, un lieu pour pouvoir venir travailler et développer leurs idées. L'Yncubator apporte donc du soutien aux étudiants ou aux jeunes diplômés.

Mathilde : Comment aidez-vous les entreprises ? Est-ce de façon financière ou plutôt par recommandation ?

Sophie Neu : On accompagne les projets sur tous les domaines, que ce soit en finance, en marketing, en communication, en protection intellectuelle, en stratégie. C'est pour toutes les étapes de la création de l'entreprise, et pas uniquement la partie financière.

Mathilde : Selon vous, est-ce qu' Yncubator amène de la valeur ajoutée à la stratégie de croissance de l'entreprise ? Comment ?

Sophie Neu : Elle soutient les entrepreneurs dans leurs démarches et leur apporte un espace de travail. L'Yncubator offre du coaching pour aider les startups dans leurs stratégies. Les startups ont également la possibilité de participer à des événements dans l'entrepreneuriat, pour faire connaître leurs projets. On peut donner une petite aide pour développer un logo ou quelque chose comme ça par exemple, mais on ne donne pas de l'argent pour financer la startup. On n'a pas mal de contact avec des banques, des spécialistes en accompagnement pour tout ce qui est source de financement, pour les aides publiques, les aides de la Région Wallonne qui existe. On essaie de partager toute l'information qu'on a, le plus à jour possible, mettre en contact toutes ces personnes. Mais on ne donne pas d'argent pour financer.

Mathilde : Selon vous, quels critères les entrepreneurs utilisent-ils pour choisir leurs modes de financement ?

Sophie Neu : Il n'y a pas un mode de financement, il y'en a plusieurs. Il faut d'abord mettre son propre apport dans l'histoire, parce que c'est facile d'aller demander aux autres, mais si nous on ne met pas l'effort d'en mettre, ça ne va pas. Et puis les modes de financement, ça dépend en fonction de leurs besoins, du montant qu'ils doivent lever, si ça doit être prévu sur plusieurs mois, plusieurs années, s'il y'a des seconds ou troisièmes financements qui doivent venir par après. Il y'a les privés, beaucoup font du Crowdfunding, puis il y'a les banques, puis les Business Angels qui peuvent intervenir. Toutes ces personnes interviennent à des moments différents dans l'évolution de la création du budget. On en va pas tout de suite dans une banque, il faut d'abord avoir ses propres moyens. Et même les Business Angels, quand ils veulent vraiment investir dedans, le projet doit être loin pour pouvoir motiver les financiers extérieurs de prendre des parts dans la société.

Mathilde : Que pensez-vous du Crowdfunding et des Business Angels ?

Sophie Neu : Tu dois le savoir, il y'a différents types de Crowdfunding : juste du prêt, en échange on a un cadeau ou bien alors on prend des parts de la société. Il faut choisir le bon Crowdfunding en fonction du produit et service qu'on a et de la stratégie qu'on veut développer. Si on veut garder la totalité des parts de la société, il faut voir jusqu'ou on est prêt à donner quelque chose. Donc le Crowdfunding peut être une aide, il existe plein de plateformes maintenant. Il est important de bien tout comparer, car il y'a des coûts sur certaines plateformes, sur certaines plus que d'autres où ça peut devenir assez cher. C'est une bonne formule, je pense, mais ce n'est pas suffisant. Par contre, par rapport aux Business Angels, ça aussi c'est chouette maintenant il faut voir si on veut juste un Business Angel qui met de l'argent dedans ou qui en plus de mettre de l'argent dedans a envie de s'impliquer et d'accompagner dans le développement du projet et donc de nouveau voir les compétences qu'on recherche, si on en recherche, ou si on ne veut que le financement. Et voir jusqu'ou on est prêt à aller pour les parts de la société, c'est vraiment la réflexion personnelle qu'il faut avoir.

Mathilde : Que pensez-vous des aides gouvernementales apportées aux startups ?

Sophie Neu : Alors, en Wallonie il y'a beaucoup d'aides surtout en Région Bruxelloise pour la création d'entreprise. Il y'a différents stades et différentes conditions. Mais ça peut aller à donner jusqu'à couvrir 75% d'une aide. Par exemple pour un prototype, une étude de marché, il y'a les chèques entreprises en Wallonie qui peuvent intervenir entre 25 et 75% de la facture finale. Donc ça, c'est vraiment top. Par rapport à la Flandre, je connais pas trop ce qu'ils ont mis en place, mais il y'a pas mal d'incubateurs qui se développent bien donc je pense qu'au niveau soutien de la Région Flamande il doit y avoir de l'aide, mais est-ce que ça va jusqu'au soutien financier ? Ca je ne sais pas.

Mathilde : Selon vous, quelles sont les principales causes de succès ou d'échecs des startups ?

Sophie Neu : L'équipe. Vraiment le côté humain. Un projet on peut le faire pivoter, le faire évoluer, si côté commercial, marketing ça ne va pas il y'a toujours moyen. Par contre, une équipe, si l'équipe a la base n'est pas bonne, on n'a beau tout faire on n'arrivera pas à l'améliorer. Il faut toujours qu'il y'ait l'un ou l'autre qui parte ou qui vienne. La complémentarité de l'équipe, l'entente de l'équipe. Tous les projets qui capotent, c'est neuf fois sur dix à cause des gens.

Le timing pour l'étudiant est également à prendre en compte. L'Yncubator est propre aux étudiants et on constate qu'au plus vite la société est développée, au mieux c'est. Parce ce que

ce qui se passe s'ils commencent à réfléchir tard à ça, si on leur propose une offre d'emploi en juin et qu'ils n'ont pas encore eu le temps de développer leur idée, tu craques et tu prends le job. Le timing, pour les jeunes, c'est de le faire le plus tôt possible. Maintenant, il faut également avoir l'idée et la motivation et savoir le faire en parallèle des études.

Annexe 2.2 : Thibaut Claes - WING by digital Wallonia

Mathilde : Pouvez-vous vous présenter brièvement et expliquez votre rôle au sein de WING ?

Thibaut Claes : Je m'appelle Thibaut Claes et je suis investment manager au sein de WING. WING accompagne les start-ups numériques en développement. WING est un fonds d'investissement géré par la SRIW. En tant qu'investment manager, je suis en charge d'étudier la demande de financement et d'évaluer le projet.

Mathilde : Que pensez-vous de l'implication de la région wallonne dans les aides accordées aux startups ?

Thibaut Claes : C'est le point de vue purement financier que nous offrons aux start-ups. D'un point de vue de l'accompagnement, là je crois que les moyens financiers sont bons, mais d'un point de vue qualité on pourrait essayer pour ce qui est déployé de trouver des formules plus qualitatives. Donc le financier est là, mais au niveau de la qualité et de l'accompagnement, cela pourrait être revu. Il y'a 325 start-ups numériques en Wallonie et 1500 en Flandre et plus de 400 à Bruxelles, le nombre de start-ups numérique est donc assez faible. En Wallonie, c'est beaucoup d'aides publiques et la Flandre a plus d'aides privées.

Mathilde : Existe-t-il des conditions pour pouvoir obtenir un prêt de la part de la région wallonne ?

Thibaut Claes : Nous avons les critères de base concernant la région dans laquelle la start-up se trouve. Et des critères plus qualitatifs, qui sont l'équipe, la reproduction de valeurs, est-ce que l'équipe en est capable, le début de stratégie qu'elle propose, que leur plan de prévision financier soit raisonnable.

Mathilde : Est-ce que la procédure est longue ?

Thibaut Claes : Non, théoriquement on nous envoie un plan financier, un plan de dépenses. Un mois après que le comité de sélection se soit rencontré, ils peuvent recevoir l'investissement. Parfois les négociations sont plus longues. Encore une fois, c'est théorique. Parfois, c'est plus long. Parfois, un autre fond doit se présenter et ça prend plus de temps.

Mathilde : Qu'attend la région wallonne en contrepartie de cet investissement ?

Thibaut Claes : L'objectif numéro un est de soutenir l'économie et la Région Wallonne, la création aussi. On donne une chance aux entrepreneurs qui se lancent. Faire émerger l'écosystème en donnant de l'argent pour accompagner les personnes.

Mathilde : Selon vous, quels sont les avantages et inconvénients de la politique sur les startups ?

Thibaut Claes : Si ça marche, on récupère un peu plus que ce qu'on a misé par rapport aux prêts classiques. Notre but est que la start-up grandisse en conservant toutes ses parts et que notre portefeuille grandisse avec elle.

Mathilde : Selon vous, quelles sont les principales causes d'échec ou de succès des startups ?

Thibaut Claes : L'équipe doit avoir des compétences complémentaires et des compétences en management, bien évidemment. L'équipe et la bonne entente entre ses membres.

Annexe 2.3 : Alain Etienne – Kazidomi**Mathilde : Pouvez-vous me présenter brièvement votre entreprise ?**

Alain Etienne : En gros, donc moi j'ai fondé il y'a un an et demi une start-up qui s'appelle Kazidomi. Nous avons un e-commerce qui vend des produits sains en ligne. C'est un business model un peu particulier parce que ça fonctionne avec un abonnement. Tu prends l'abonnement à l'année, ça coûte cent euros et en échange tu bénéficies de réduction sur tous tes produits. Donc notre façon de fonctionner c'est qu'on vend des abonnements et en échange les gens vont acheter tout à peu près au prix fournisseur.

Mathilde : Comment s'est passé le financement de votre start-up ?

Alain Etienne : On s'est lancé on était jeunes étudiants. Et quand tu es jeune étudiant, tu n'as pas de capital, pas d'argent, etc. Donc on s'est tourné vers nos économies personnelles et vers nos parents. Comme on n'avait pas d'économie très forte, on vivait chez nos parents pour mettre l'argent totalement dans notre projet. Nous ce qu'on a fait c'est qu'on sait dit, on vit chez nos parents, on peut se lancer. On a mis ce qu'on avait pour acheter du stock. Le déploiement de la société, le stock, la mise en place du site,... Ca coûtait après mille deux cents euros puis cent euros par ci par là, et ça arrive rapidement à quelques milliers d'euros. Donc nous on a mis une vingtaine de milliers d'euros assez rapidement en stock et après ça on s'est lancé un peu seul et on a essayé de trouver d'autres moyens de se faire financer. Il y'a plein de compétitions auxquelles tu peux participer pour essayer de gagner un peu d'argent,

des bureaux gratuits pendant quelques mois dans un espace de co-working. Quand tu travailles dans un espace de co-working, tu es avec des gens pas beaucoup avancés, qui essaient de percer.

Mathilde : Avez-vous fait appel aux Business Angels ?

Alain Etienne : Quand les choses ont commencé à avancer, notre business model, nos hypothèses, ... On s'est tourné vers un business angel. C'était notre première levée de fonds, on a levé cinquante mille euros. Quand tu vas voir un investisseur, il faut avoir des preuves que ça marche. Par exemple, prouve-moi que tu as fait une pub en ligne qui a rapporté de l'argent et donc là je peux te croire que ça a fonctionné parce que tu as trente pour cent de marge par exemple. Si tu fais ça, alors tu peux aller voir un investisseur. Donc à ce moment-là, tu vas plutôt te tourner vers les gens que tu connais, si tu as du réseau et confiance en quelqu'un. Donc généralement les gens vont plutôt se baser sur ton profil, la confiance que tu as dans ton projet, l'engagement que tu mets, si les gens voient que tu es malin et que tu crois en toi, avec un peu de chance c'est ce qui nous est arrivé. C'était via via et ce n'était donc pas du tout facile d'accès et pas du tout garanti et surtout, pas accessible à tout le monde. Ça peut simplement dépendre de si tes parents ont des personnes à te présenter.

Mathilde : En ce qui concerne les Business Angels, à quelle fréquence intervenait-il dans votre stratégie ?

Alain Etienne : Pour nous, on en a un qu'on rencontre une fois par mois et qui nous donne plein de conseils. Il a vécu tout ça, il a fait tout ça, donc c'est super utile. Maintenant, si tu as besoin d'être entouré et d'avoir des conseils, il y'a pleins de trucs maintenant comme des réseaux d'entreprendre, des incubateurs. Tu n'as pas besoin d'un investisseur pour avoir des conseils, tu peux aussi aller toi-même vers les gens. Ça c'est pas très difficile. Ce qui est difficile c'est d'avoir des gens vraiment engagés. Selon nous, c'est également une compétence d'entrepreneur de savoir aller vers l'investisseur, et pas l'inverse, ce n'est pas le rôle de ton investisseur de te courir après.

Mathilde : Pensez-vous que les Business Angels apportent une valeur ajoutée à la start-up ?

Alain Etienne : D'un point de vue des investisseurs, tu peux aussi réfléchir à ce qu'ils peuvent t'apporter. Par exemple, je veux me développer en Flandre donc je vais faire appel à un investisseur flamand, ou encore je vais prendre un investisseur actif dans les médias pour avoir un peu de publicité. Ça c'est plutôt d'un point de vue savoir-faire et capacité. Un autre point important est la personnalité, est-ce que l'investisseur ne va pas trop s'imposer dans le projet et venir trop régulièrement te demander des retours.

Mathilde Lonez : Avez-vous fait appel au prêt bancaire ?

Alain Etienne : Quand on a eu cet argent, on a commencé à mettre des choses en place, on a vu que ça s'améliorait et donc là on s'est tourné vers un investissement bancaire, vers les organismes de crédit particulier. Donc il y'en avait deux, la SGIB (Société Générale d'investissement bruxellois) qui nous a donné un prêt de septante-cinq mille et le Credal, qui est une espèce de banque pour les magasins bio. On s'est tourné vers ce genre d'organisme parce qu'ils ne demandent pas de garanties bancaires. Si tu cherches un prêt en tant que start-up et que tu vas chez BNP par exemple, ils vont te dire pas de souci, mais on veut une preuve que tu vas rapporter de l'argent assez vite. Il faut que tu commences à rembourser pratiquement le jour où tu reçois ton prêt et deuxième chose il faut que tu es des garanties bancaires. Donc soit tu achètes des machines avec, et tu reprends les machines. Nous on a dit non et on a été voir plutôt des organismes comme je t'ai cité.

Mathilde : Connaissez-vous le Crowdfunding et qu'en pensez-vous ?

Alain Etienne : Oui. Entre temps, on a fait des campagnes de Crowdfunding. Sauf que lancer une campagne de Crowdfunding, c'est plutôt destiné à des produits. Donc tu lances un produit et tu demandes de l'aide en financement. Ca ne marche pas du tout aussi bien si tu as une plateforme comme la nôtre. On l'a fait parce que c'était bon pour notre préparation et bon pour notre pub. Mais il faut savoir que c'est aussi un investissement de malade, tu dois tout faire toi-même. Tu peux faire un buzz, mais c'est hyper difficile, hyper compétitif. La majorité des investissements qu'on a eu, c'était notre propre réseau et des gens qu'on connaissait. Il y'a des études qui montrent que les projets qui réussissent c'est des projets qui arrivent à lever très rapidement beaucoup d'argent. Les gens qui investissent sont la plupart du temps dans ta zone géographique, donc ton réseau. Nous on a bien vu que quand tu te lances, il n'y a pas de personnes inconnues qui viennent financer ton projet. Nous on n'a pas du tout été convaincu, mais ça peut dépendre du projet que tu présentes.

Mathilde : Selon vous, quels sont les inconvénients lorsqu'on fait appel à des investisseurs externes ?

Alain Etienne : D'un point de vue des participations, tu te retrouves vite avec beaucoup de monde à la table, tu dois discuter avec tout le monde. Tous ces trucs de Mymicroinvest, c'est un peu pareil. Si tu lèves de fonds via ce genre de plateforme, ton actionnariat devient vite compliqué et la structure légale également. Donc le Crowdfunding en parts n'est pas vraiment comparable au Crowdfunding en récompenses ou donations. Si tu fais trop de Crowdfunding avec parts, ton actionnariat devient donc plus compliqué, avec beaucoup de clauses. Donc il

y'a tout un débat comment je garde un actionnariat simple sans trop de clauses, et donc tout un débat sur comment tu choisis tes investisseurs et comment tu te positionnes.

Place des Doyens, 1 bte L2.01.01, 1348 Louvain-la-Neuve, Belgique www.uclouvain.be/lsm

