12E TREMPLIN ENTREPRISES

RENCONTRES ENTREPRENEURS INVESTISSEURS

4 JUILLET 2011 SÉNAT / PARIS

SÉNAT

TREMPLIN ENTREPRISES 2011

ESSEC BUSINESS SCHOOL

François Longin poursuit une carrière dans le domaine de la banque et de la finance en alliant conseil, recherche et formation. Il conseille les institutions financières pour leur gestion des risques et les entreprises pour leur gestion financière.

François Longin, Professeur de finance à l'ESSEC

Au-delà du traditionnel business model de l'entreprise, promesse de rentabilité financière pour les futurs actionnaires, le facteur humain joue un rôle primordial dans la relation entre l'entrepreneur et les investisseurs. Les investisseurs et les intermédiaires de la levée de fonds soulignent souvent sous forme de boutade qu'il ne faut étudier que trois éléments dans un projet d'investissement : le management, le management et le management. Les investisseurs doivent avoir confiance dans le management pour porter le projet de l'entreprise et délivrer la rentabilité attendue. Sur le long terme, la relation de confiance doit être maintenue notamment avec une communication régulière de l'entreprise (particulièrement en période de crise) vers ses investisseurs comme peut le prévoir le pacte d'actionnaires.

Une tendance actuelle qui capitalise sur les rapports humains est l'association des membres de la communauté qui s'est créée autour du produit à l'actionnariat de l'entreprise. Ce type d'opération s'appelle un members buy out (MBO). Citons quelques exemples récents : les membres d'un réseau social, les clients utilisateurs d'un logiciel ou encore les futurs spectateurs de films de cinéma, devenus actionnaires des entreprises. Une opération de MBO prend tout son sens quand les membres ont un intérêt particulier dans le « produit » de l'entreprise et souhaitent en conséquence avoir un droit de regard sur la gestion de l'entreprise. Transformer les membres de la communauté qui s'est créée autour du produit en actionnaires peut être un objectif privilégié pour les dirigeants de l'entreprise. Plus que de simples utilisateurs ou des actionnaires anonymes, ils deviendront de véritables ambassadeurs de l'entreprise.

Recommandations

- Assurer une communication régulière avec les actionnaires.
- Associer les membres de la communauté qui s'est créée autour du produit au capital de l'entreprise.

Laurent Bibard est professeur au département Management de l'ESSEC et travaille sur les décisions prises dans des contextes à haut risque. Ses nombreux articles et ouvrages, tel que *Gestion, Sciences et Politique : Essais de philosophie de la gestion* conjoignent approche philosophique et managériale : la formation permanente des jeunes et des moins jeunes est capitale pour la santé économique et sociale de notre monde.

Laurent Bibard, Professeur au département Management de l'ESSEC

Rien de plus humain que l'entreprise et l'investissement : entreprendre c'est faire de sa vie professionnelle – et parfois personnelle - un projet, c'est se jeter dans l'inconnu, en tentant de baliser suffisamment les possibles pour que l'avenir soit un sol, un appui – et non pas le vide ou une chute. Entreprendre c'est apprendre à marcher autrement, et l'investisseur est là pour seconder celle ou celui qui s'exerce au mouvement fondamental qui fait que la vie a du sens.

Marcher est un déséquilibre, puis une chute rattrapée et l'investisseur joue le rôle de soutien dans l'apprentissage de l'entrepreneur qui prend le risque infiniment courageux d'avancer sans savoir de quoi le sol du futur sera fait.

Il est évident que dans un tel contexte, le facteur « humain » joue un rôle décisif pour l'investisseur : pour qu'il joue avec confiance son rôle, il faut à l'entrepreneur une lucidité, une exactitude, une précision quant à ses moyens et potentiels des plus aiguisés. C'est la conscience de soi qui devrait être le critère des investisseurs - un peu de philosophie est utile pour évaluer le degré de faisabilité des projets qu'ils envisagent de soutenir.

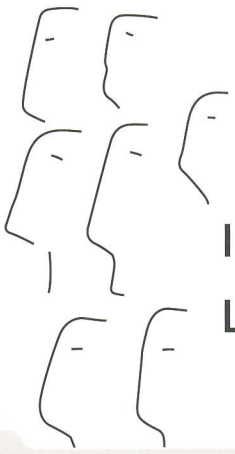
Recommandations

Pour l'entrepreneur :

- Etablir avec lucidité, exactitude et modestie son business plan.
- Etre résolu, courageux, tenace et se tenir à l'écoute des signaux faibles.

Pour l'investisseur :

- Evaluer la lucidité de l'entrepreneur vis-à-vis de ses atouts et de ses limites.
- Evaluer le degré de confiance possible en termes de relations interpersonnelles avec l'entrepreneur.
- Quand le projet est lancé, jouer la synergie :
  - accompagner l'entrepreneur avec les mêmes courage, confiance, lucidité que ceux qui sont demandés à l'entrepreneur,
  - jouer la confiance envers le projet et l'entrepreneur, en même temps que la lucidité sur les signaux faibles.



INVESTISSONS L'AVENIR