

Réussir sa **LEVÉE** de **FONDS**

Nouveau produit, développement à l'international... Pour être concrétisées, ces ambitions nécessitent des fonds, que même une entreprise dynamique peut rarement sortir de sa poche. L'une des solutions ? Céder des parts de sa société à des investisseurs qui convoitent, en retour, une rentabilité à plus ou moins long terme. Faire entrer des actionnaires au capital rebute certains chefs d'entreprise qui craignent de perdre le contrôle. Pas de paranoïa, gardez toujours en tête que vous partagez le même objectif : faire fructifier l'existant.

DOSSIER RÉALISÉ PAR FANNY PERRIN D'ARLOZ
→ redaction@chefdentreprise.com

→ sommaire

Étape 1

Passez
 les investisseurs
 potentiels à la loupe

Étape 2

Bétonnez votre dossier
 sans le plomber

Étape 3

Cap sur la négociation finale !

Étape 4

Et après la levée
 de fonds ?



ISTOCK PHOTO / SOLVOD

Passer les investisseurs potentiels à la loupe

Tous les investisseurs ne se valent pas, tant sur leur expérience de votre secteur d'activité que dans leur stratégie. Pour vous décider, ne perdez jamais de vue votre objectif final.

Lexique

Le capital-investissement

se décompose en plusieurs segments :

■ Le capital-création

La prise de participation a lieu au démarrage d'une start-up ou durant la première phase de son développement.

■ Le capital-amorçage

L'intervention précède ou intervient juste après le début d'activité d'une entreprise.

■ Le capital-risque

Cette appellation englobe le capital-amorçage et le capital-création.

■ Le capital-développement

L'opération consiste à prendre des participations au capital d'une entreprise en pleine maturité.

■ Le capital-transmission

L'intervention a lieu lors d'une cession.

Fouiller à l'aveuglette sur la Toile en quête de l'actionnaire idéal se résume presque à chercher une aiguille dans une botte de foin. S'il existe pléthore d'informations librement consultables sur Internet, elles ne sont pas forcément fiables, ni régulièrement mises à jour et restent délicates à interpréter par des novices. D'autant que «selon les périodes de l'année, les fonds d'investissement peuvent être en période de veille et non en recherche active de deals. Vous risquez, sans le savoir, de perdre votre temps», prévient Marc Oiknine, cofondateur d'Alpha Capital Partners, société de gestion d'actifs. Pour collecter des données stratégiques, il est judicieux de parcourir des salons, d'éplucher les magazines relatant les récentes fusions, acquisitions et levées

de fonds et d'assister à des ateliers menés par des investisseurs ou des syndicats professionnels. «Vous pouvez aussi contacter votre banque. En effet, toutes les enseignes françaises possèdent des filiales qui peuvent investir dans des projets divers», donne en exemple Olivier Avril, gérant d'Acting Finances, spécialiste de la direction financière pour les PME.

Recueillez également des contacts auprès de votre réseau. N'hésitez pas à vous faire recommander, c'est un atout indéniable pour décrocher une entrevue. Le cas échéant, s'entourer de spécialistes semble être la solution la plus optimale et la moins chronophage. D'autant que même si

ces leveurs de fonds alourdissent la facture, au départ, ce surcoût est bien vite amorti dès lors que la levée se concrétise.

Identifiez et analysez vos besoins et objectifs

Commencez par vous poser les bonnes questions. Pour quelles raisons avez-vous besoin d'introduire un actionnaire au capital? S'il s'agit de financer le lancement d'un nouveau produit, il convient de se tourner vers des fonds d'investissement spécialisés dans le capital-risque ou le capital-développement (lire notre lexique), selon le stade de vie de votre entreprise.

Les sociétés en phase d'amorçage peuvent, par un projet innovant, parvenir à capter l'intérêt des business angels, ces individus





→ LE TÉMOIGNAGE DE

Éric Bennephtali, directeur général de Mediastay



« Avec notre levée de fonds, nous avons intégré des hommes qui partagent nos valeurs »

L'entreprise qui a levé 15 M€. C'est ainsi que l'on présente Mediastay aux États-Unis depuis avril 2011, date à laquelle ses trois dirigeants finalisent l'opération avec deux fonds d'investissement francophones. Pourquoi une telle opération ? Pour accélérer son développement à l'international (qui représente aujourd'hui 20 % de son chiffre d'affaires) et stimuler sa croissance organique et externe. Pour Mediastay, tout

est allé très vite. En trois mois, l'affaire est bouclée. Malgré des contacts réguliers avec des investisseurs, Mediastay préfère s'entourer d'un leveur de fonds pour gagner en efficacité et en temps. « Identifier les investisseurs est une chose, rencontrer l'interlocuteur le plus qualifié dans votre domaine en est une autre. Sans intermédiaire, cette recherche équivaut à un travail à temps plein », affirme son dg. L'entreprise mise, pour progresser, sur des fonds qui ont fait leurs classes dans les nouvelles technologies, tout en privilégiant le rapport humain. « Nous voulions rencontrer des hommes qui partagent nos valeurs et nos ambitions. Il ne faut pas craindre de choisir des individus brillants qui tirent votre entreprise vers le haut », estime Éric Bennephtali. De quoi tabler sur une croissance à deux chiffres en 2011.

Mediastay

➤ **Activité**

Monétisation d'audience dans le domaine des jeux en ligne

➤ **Ville**

Levallois-Perret (Hauts-de-Seine)

➤ **Forme juridique**
SAS

➤ **Dirigeants**

Éric Bennephtali, 27 ans, Jonathan Zisermann, 31 ans, et Jérôme Balmes, 34 ans

➤ **Année de création**
2000

➤ **Effectif**
75 salariés

➤ **CA 2010**
17 M€

fortunés qui, outre un apport en fonds propres de 25 000 à 250 000 euros, transmettent leur savoir-faire et leur carnet d'adresses. Si vous recherchez une expertise industrielle, ciblez des sociétés axées sur votre secteur d'activité.

« Sélectionner un investisseur revient à choisir son conjoint. Votre union repose sur une confiance mutuelle et peut durer quatre ans et plus », analyse Marc Oiknine (Alpha Capital Partners). D'où la nécessité de porter un regard aguerri sur son "track record",

c'est-à-dire sur ses expériences passées et ses résultats. Et notamment sur son comportement et son degré d'implication dans le pilotage et l'accompagnement lors de participations ultérieures.

Survoler son site internet ne suffit pas. « Il ne faut pas hésiter à contacter ses précédents partenaires pour avoir des échos et s'assurer de la véracité des opérations et des montants mentionnés sur son site », conseille Éric Bennephtali, directeur général de Mediastay, PME qui a levé 15 M€ en avril 2011 (lire l'encadré ci-dessus). Consultez aussi votre banquier, un avocat ou un expert-comptable pour connaître leur opinion. Tout

comme il est impératif de prendre en compte la taille et la nature du fonds (régional, national, européen ou anglo-saxon...), son secteur et la qualité de ses investissements en capital (minoritaires, majoritaires, durée...). « Pour être optimale, votre sélection doit être la plus fine possible », rappelle Christophe Chausson, fondateur et président de Chausson Finance, spécialiste de la levée de fonds pour les entreprises en forte croissance. Ainsi, vous serez plus à même d'identifier ceux qui vous correspondent. Car une levée de fonds, c'est avant tout une rencontre décisive entre des hommes qui ont envie d'avancer ensemble. ■

→ CE QU'IL FAUT RETENIR

- Il existe plusieurs pistes pour trouver des investisseurs : du bouche à oreille aux salons, en passant par votre banque.
- Selon vos besoins et le stade de vie de votre entreprise, vous ne vous adresserez pas aux mêmes investisseurs.
- Avant de vous engager avec un partenaire financier, renseignez-vous auprès de vos conseils habituels, d'anciennes sociétés qu'il a aidées, etc.



Bétonnez votre dossier sans le plombier

Pour séduire d'éventuels investisseurs, votre dossier de présentation et votre discours doivent être bien construits mais surtout très accrocheurs. Votre capacité à expliquer avec clarté votre projet et son potentiel fera toute la différence.

« **E**n rédigeant votre présentation écrite et orale, pensez à l'acronyme anglais "Kiss" (Keep it simple, stupid) », suggère Marc Oiknine, cofondateur d'Alpha Capital Partners, société de gestion d'actifs. En résumé, ne compliquez pas les choses. Se focaliser uniquement sur la quantité d'informations et son formalisme est l'erreur

que commettent la plupart des entrepreneurs. « Contrairement aux banquiers qui privilégient les dossiers sûrs, les investisseurs sont en quête de projets ambitieux et risqués », ajoute Christophe Chausson, fondateur et président de Chausson Finance, spécialiste de la levée de fonds pour les entreprises en forte croissance. En leur présentant un business plan très scolaire, vous risquez de rater le coche.

En revanche, l'aisance dont vous faites preuve pour articuler votre stratégie en tenant compte des spécificités de votre marché, de vos concurrents directs et indirects peut faire la différence. Lors d'un premier contact, les chiffres importent peu, seuls

les enjeux priment. Avant de débiter votre prospection, consacrez du temps à l'ébauche d'un document synthétique, appelé dans le jargon "executive summary", car il est pour le moment votre seule carte d'entrée pour passer à l'étape suivante.

L'executive summary

« La majorité des entrepreneurs pensent, à tort, que leur dossier doit répondre à toutes les interrogations que se posent les investisseurs. Ils ont alors tendance à se noyer dans les détails », constate Christophe Chausson. Au contraire, les investisseurs, qui croulent sous les propositions, ont besoin de comprendre en quelques minutes seulement votre projet et son potentiel.

En premier lieu, il convient de leur adresser un descriptif qui détaille, en trois ou quatre pages maximum, vos besoins, votre offre, l'état du marché, votre plan commercial, votre business model, votre plan d'actions, votre situation financière et votre équipe. Pour schématiser, ce document fait office de bande-annonce. Sa fonction ?

Donner envie. Attention, il ne doit pas non plus s'apparenter à une brochure marke-



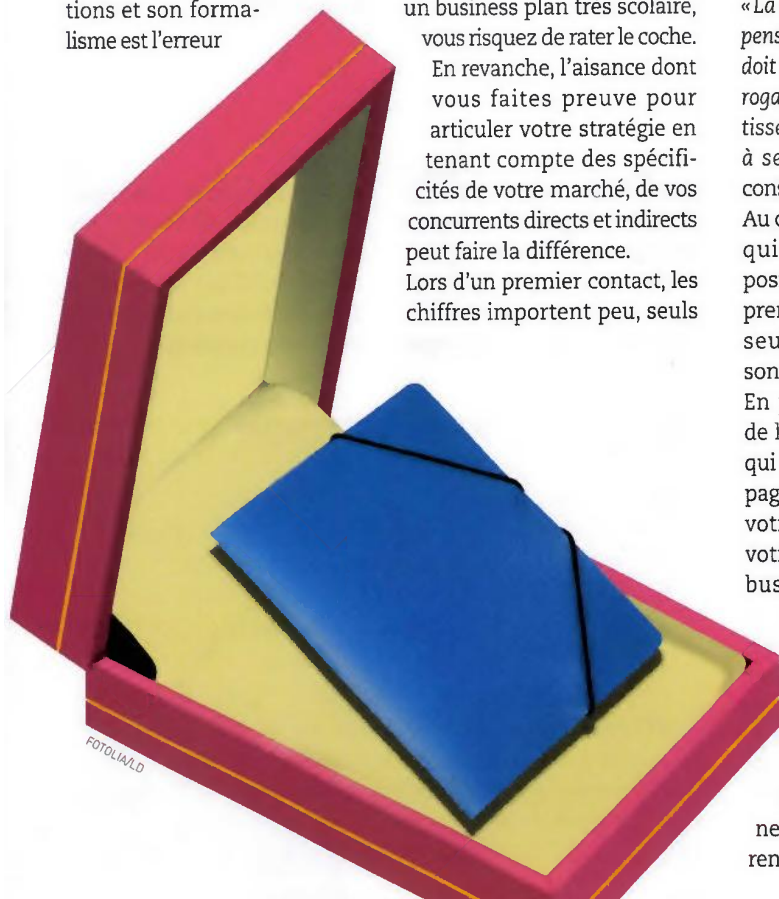
« La présentation de votre projet doit se démarquer de celle de vos concurrents. »

Olivier Avril,
gérant, Acting Finances

ting. Et ne doit pas être figé dans le marbre. Il sera toujours temps d'envoyer, par la suite, un dossier plus complet au fur et à mesure de l'intérêt de vos interlocuteurs.

Le business plan

Rédiger un business plan n'est pas un travail facile. Après une première ébauche, faites-le lire à un tiers, pour vous assurer de sa lisibilité et de son pouvoir de conviction. Généralement, il s'articule autour de quatre grands axes : l'offre, le





→ LE TÉMOIGNAGE DE



Geoffroy de Becdelièvre, président de Planetveo

« Sans préparation, je n'aurais pas su adopter le bon discours »

Quatre ans après avoir finalisé sa première levée de fonds de 2,5 M€, Geoffroy de Becdelièvre, président de Planetveo l'avoue volontiers aujourd'hui : sans préparation, son dossier n'aurait pas connu une issue aussi favorable. « N'ayant pas l'habitude de côtoyer des investisseurs, j'ignorais leurs attentes et leur manière d'aborder les affaires. Il y a un minimum

à connaître et un certain discours à adopter sous peine d'essuyer des refus. »

S'appuyant sur un levure de fonds aguerris, ce chef d'entreprise a repensé pendant près de trois mois son business plan, le rendant plus attrayant aux yeux des investisseurs.

« Présenter des taux de croissance prévisionnels à deux chiffres est relativement facile.

Expliquer comment vous comptez parvenir à votre objectif final s'avère nettement plus compliqué surtout lorsqu'en parallèle, vous devez rester concentré sur la gestion quotidienne de votre entreprise », confie le p-dg. Il a rencontré une quinzaine de fonds d'investissement avant de contractualiser avec l'un d'eux. « Ce qui a joué en ma faveur ? Être épaulé dans la préparation de mon dossier, être introduit et disposer d'un gage de crédibilité supplémentaire en ayant, par le passé, fait entrer au capital deux business angels », précise le dirigeant. Satisfait de sa première expérience, c'est seul que l'année dernière il entreprend une seconde levée de fonds de 1 M€.

Planetveo

> Activité

Voyage sur mesure

> Ville : Paris (XVII^e arr.)

> Forme juridique SAS

> Dirigeant : Geoffroy de Becdelièvre, 38 ans

> Année de création 2007

> Effectif 2010 45 salariés

> Effectif prévu fin 2011 90 salariés

> CA 2010 12,3 M€

> CA prévisionnel 2011 22 à 24 M€

► marché et les concurrents, le financement et les comptes ainsi que l'équipe. S'il comporte, en moyenne, 30 à 40 pages, sachez que les investisseurs s'attarderont sur certains points, comme la mise de fonds personnelle du porteur de projet, le potentiel de développement de la structure, les délais de commercialisation, le réalisme des projections financières et du retour sur investissement, les capacités du management à mettre en œuvre le plan d'actions et les perspectives de sortie.

« Évitez d'utiliser les modèles proposés en ligne car, comme pour un CV, votre projet doit se démarquer de celui de vos concurrents », conseille Olivier Avril, gérant

d'Acting Finances, spécialiste de la direction financière pour les PME. À ce titre, veillez à soigner la présentation et assurez-vous qu'aucune faute d'orthographe ne s'y est malencontreusement glissée.

La présentation orale

Aussi vendeuse soit-elle, la présentation écrite n'est qu'une entrée en la matière. Car c'est la personnalité de l'entrepreneur, son bagout et sa capacité d'adaptation qui vont finir de convaincre ou non les investisseurs de signer une lettre d'intention. Même si vous êtes un orateur-né, travaillez et répétez votre discours devant vos proches.

Avec un ton vendeur, vous devez parvenir à raconter

l'essentiel, tout en privilégiant le dialogue. « Vous pouvez préparer des slides pour appuyer votre présentation, mais ils ne doivent pas vous servir de mémo le jour J, au risque

de créer un écran de communication entre vous et vos interlocuteurs », ajoute Olivier Avril. Évitez aussi les animations kitsch et les illustrations PowerPoint trop standard. ■

→ CE QU'IL FAUT RETENIR

- L'executive summary sert à la prise de contact. En trois ou quatre pages, il décrit votre projet, son contexte, votre plan d'actions, la situation financière et l'équipe. Il doit donner envie aux investisseurs d'aller plus loin.
- Le business plan détaille en profondeur l'offre de l'entreprise, le marché et les concurrents, le financement et les comptes, l'équipe.
- La présentation orale est déterminante. C'est la personnalité du dirigeant et sa capacité à expliquer son business model qui va convaincre ou non les investisseurs de participer au projet.

Cap sur la **négo finale!**

Du premier rendez-vous au jour de la réception des fonds, la route est très souvent semée d'embûches. La meilleure tactique à adopter : la positive attitude, bien sûr !



oubliées.» De même, avoir pignon sur rue facilite grandement les démarches. «Une entreprise souvent citée par les médias intéresse forcément davantage. Pourtant, certains entrepreneurs, sous-estimant sans doute le pouvoir de la presse, allouent encore trop peu de moyens à leur communication», regrette Marc Oiknine (Alpha Capital Partners).

Gagnez leur confiance

Si décrocher un premier rendez-vous n'est pas toujours aisé, seule votre habilité à le mener à bien peut vous conduire à de nouvelles entrevues et, ainsi, vous rapprocher de votre but. «C'est un exercice plus complexe qu'il n'y paraît, explique Olivier Avril, gérant d'Acting Finances, spécialiste de la direction financière pour les PME. Il s'agit de faire rêver l'investisseur sans donner l'impression que vous rêvez vous-même. N'hésitez pas à évoquer vos expériences passées pour appuyer vos dires.»

Gagner la confiance de quelqu'un prend du temps et se cultive au jour le jour. D'où l'importance de tenir un discours cohérent sur le long terme. C'est seulement une fois que la séduction semble opérer qu'il convient de conforter ses propos en présentant une analyse approfondie du projet, via votre business plan par exemple. «Votre interlocuteur a désormais besoin d'être rassuré par des données précises, calculées au plus près de la réalité du marché», souligne



« **A**vec un investisseur, vous n'avez le droit qu'à une seule et unique cartouche. Si vous ratez votre cible, vous êtes hors jeu », soutient Marc Oiknine, cofondateur d'Alpha Capital Partners, société de gestion d'actifs. Et ce, dès la prise de contact. Pour ce faire, un e-mail ciblé avec votre executive summary suffit amplement. Encore faut-il que vos interlocuteurs trouvent le temps et l'envie de le lire. «En étant introduit par un professionnel ou par votre réseau, vous optimisez vos chances d'être lu, avance Christophe Chausson, président de Chausson Finance, spécialiste de la levée de fonds pour les entreprises en forte croissance. Seul, vous courez le risque que votre dossier passe aux

Lexique

La lettre d'intention

ou term sheet est un accord de principe. Elle précède la phase d'audit et de négociation.

La due diligence

s'apparente à une analyse approfondie du business plan. Elle comporte deux phases : une première menée par les investisseurs, la seconde – plus lourde – est assurée par des tiers.

L'accord ou le closing

aboutit, après une négociation finale, à la signature des documents et au versement des fonds.

Le pacte

d'actionnaires, annexé au protocole d'accord, détermine les conditions d'association, d'évolution du capital, de prise de décision, de sortie...

« Avec un investisseur, vous n'avez droit qu'à une seule cartouche. »

Marc Oiknine, cofondateur, Alpha Capital Partners



→ LE TÉMOIGNAGE DE

Marc Oiknine (Alpha Capital Partners). À ce stade, il n'est pas rare que certains investisseurs tardent à formaliser leur décision, afin de vérifier que les objectifs à court terme avancés par les entrepreneurs sont réalisés ou, du moins, réalisables. Mais, là encore, rien n'est gagné. « Certains deals, même très avancés, n'aboutissent jamais, les deux parties ne trouvant pas de terrain d'entente lors des négociations finales », rapporte Christophe Chausson (Chausson Finance). Sachant cela, mieux vaut avoir en main plusieurs lettres d'intention (lire le lexique) suffisamment détaillées pour pouvoir les comparer mais aussi pour se retrouver en position de force lors des discussions. Ce n'est que lors des phases de négociation et de la "due diligence" (lire le lexique) que tout va se décider.

Attention aux clauses

Si la volonté d'investir est parfois rapidement prise, la phase des négociations peut, quant à elle, durer plusieurs mois dans la mesure où les deux parties sont amenées à discuter de la valorisation de l'entreprise, de sa gestion quotidienne, des besoins à financer, de la part de capital qui va être cédée, de la sortie des investisseurs... Avant de vous lancer dans un véritable bras de fer, « fixez-vous des limites. Souvenez-vous qu'un accord doit satisfaire les deux parties. C'est un échange gagnant-gagnant », rappelle Marc Oiknine (Alpha Capital Partners). Si la valorisation est un critère important, les modalités du pacte d'actionnaires le sont tout autant. Une mise en valeur d'apparence élevée peut, de par le mécanisme de la liquidation préférentielle, en révéler une

Rémi Saby, p-dg de Mister Auto

« Au-delà de notre business model, c'est notre volonté qui a interpellé les investisseurs »

Il y a un an, Rémi Saby, dirigeant de Mister Auto, conclut une levée de fonds de 6 M€ ayant vocation à renforcer le développement international de son site de vente en ligne, Mister-Auto.com. « J'ai déclenché le processus un peu tard par rapport à mes objectifs. Pour les respecter, j'ai dû mobiliser mes équipes et leur imposer un rythme soutenu durant six mois », se rappelle-t-il. Mais les efforts collectifs portent leurs fruits : l'entreprise séduit cinq investisseurs. « Au-delà de notre business model, c'est notre volonté qui, je crois, les a interpellés. Ils se sont aperçus que ce projet mobilisait l'ensemble de mes salariés », ajoute le p-dg. Pour optimiser ses chances, le chef d'entreprise joue la prudence, s'entourant de spécialistes à chaque étape. « Il est déraisonnable de penser signer un accord sans l'aide d'avocats et de professionnels. Le pacte d'actionnaires comporte



souvent une cinquantaine de pages aussi capitales les unes que les autres qui sont difficilement interprétables par des néophytes, précise Rémi Saby. Notre choix s'est porté sur l'équipe d'investisseurs la plus impliquée, celle qui a su tenir compte de nos impératifs. »

Mister Auto

- > **Activité**
Vente en ligne d'accessoires et de pièces automobiles
- > **Ville**
Genas (Rhône)
- > **Forme juridique**
SAS
- > **Dirigeant**
Rémi Saby, 48 ans
- > **Année de création**
2008
- > **Effectif**
85 salariés
- > **CA 2010**
19 M€
- > **CA prévisionnel 2011**
40 M€

nettement moins avantageuse, cette clause permettant de prévoir une répartition du prix de sortie non proportionnelle à la détention du capital. Entre autres, les conditions du "bad leaver", qui encadrent la sortie des fondateurs, doivent faire l'objet de toutes les attentions. « Pour plaire à votre futur partenaire, n'acceptez pas des critères d'intéressement trop ambitieux qui risqueraient ultérieurement de vous gêner. Soyez optimiste tout en restant prudent », recommande Olivier Avril (Acting Finances). ■

→ CE QU'IL FAUT RETENIR

- Pour séduire les investisseurs, vous devez miser sur votre réseau, votre parcours, votre renommée...
- Lors du premier contact, suscitez l'intérêt. Ensuite, inspirez confiance.
- L'investisseur formalise sa volonté d'entrer au capital d'une entreprise par la signature d'une lettre d'intention. Elle débouche sur une phase de négociations, qui doit faire l'objet de toute votre attention.
- Les clauses énumérées dans le pacte d'actionnaires sont aussi importantes que la valorisation de l'entreprise. Pour être profitable, le closing doit satisfaire toutes les parties.

Et après la levée de fonds ?

Si toutes les règles de gouvernance de votre récente union sont clairement définies via le pacte d'actionnaires, votre collaboration avec votre investisseur doit impérativement se construire sur des bases solides pour établir un partenariat pérenne. Transparence, confiance, rigueur et échange sont les maîtres mots.

Lever des fonds n'est pas une décision à prendre à la légère puisqu'elle signifie céder des parts de son entreprise et, a fortiori, un droit de regard sur son pouvoir décisionnel selon le type d'investisseur et son degré d'implication.

Si l'investisseur est presque toujours actionnaire minoritaire, il n'intervient pas au quotidien dans la gestion courante de la société. Mais il tient légitimement à être tenu au courant de l'évolution du business et de l'utilisation des fonds. « Il convient d'annoncer les bonnes comme les mauvaises nouvelles. L'investisseur est un partenaire. Ainsi, l'entrepreneur doit pouvoir compter sur lui et lui faire part des obstacles qu'il rencontre », rappelle Christophe Chausson, président de Chausson Finance, société spécialiste de la levée de fonds



« L'investisseur est un partenaire, l'entrepreneur doit pouvoir compter sur lui et lui faire part des obstacles qu'il rencontre. »

Christophe Chausson,
président, Chausson Finance

pour les entreprises en forte croissance.

À ce titre, la transmission de l'information est une réelle preuve de confiance et de transparence. « Nous envoyons par e-mail tous les mois un reporting complet à notre actionnaire, explique Geoffroy de Becdelièvre, président de Planetveo, spécialisée dans le voyage sur mesure (lire son témoignage p. 44). De plus, chaque trimestre, nous nous réunissons une demi-journée, le temps d'un comité stratégique. Il s'apparente plutôt à une réunion de travail au cours de laquelle nous validons la stratégie envisagée et passons en revue les axes de développement futur. Nos actionnaires nous donnent un précieux coup de main, tout en restant discrets. Certains fonds d'investissement sont, quant à eux, beaucoup plus intrusifs et peuvent exiger un rapport hebdomadaire. » Préparer chacune de ces réunions en ayant recours à des présentations synthétiques permet, à ce titre, un gain de temps et d'efficacité dans les discussions.

Vous l'aurez compris, l'humain est un élément capital à prendre en compte au moment de la sélection des investisseurs. Une relation établie sans confiance mutuelle, ni réelle envie d'avancer ensemble, est vouée à l'échec et risque même d'entraver le bon développement de votre entreprise. ■

→ À SAVOIR

La sortie des investisseurs

Un investisseur rentre au capital pour se désengager, selon l'accord, cinq à huit ans plus tard. Il existe plusieurs modes de sortie :

■ L'introduction en bourse :

la sortie rèvee des investisseurs, l'entreprise entre à la cote.

■ La cession de gré à gré :

tout ou partie des actions de la société sont rachetés.

■ L'entrée d'un nouvel actionnaire :

une banque ou un fonds d'investissement rentre au capital.

■ Le recours à un LBO/MBO :

la société est absorbée par la création d'une holding.

Malheureusement, les entreprises ne connaissent pas toutes une issue favorable lors du "désinvestissement", certaines essayant un échec sont placées en liquidation judiciaire. Il convient donc d'anticiper cette échéance.

→ CE QU'IL FAUT RETENIR

- Pour être pérenne, un partenariat doit s'établir sur un climat de confiance et de partage.
- La transparence est de rigueur lors de la transmission de l'information dont la fréquence est souvent notifiée dans le pacte d'actionnaires. L'investisseur veut s'assurer, par ce biais, de la santé de l'entreprise et de l'utilisation des fonds.
- Des réunions de suivi visent à approfondir la stratégie actuelle de la société et les actions à mener à court et moyen termes.

