



Devenir un « business angel » s'apprend. Les cours dispensés par Brigitte Baumann sont justement destinés aux investisseurs inexpérimentés.

« Beaucoup de gens ont peur de dire à leur banquier : apprenez-moi à investir »

Comment une personne privée peut-elle investir dans une jeune pousse ? Beaucoup d'investisseurs potentiels reculent à l'idée de demander des conseils à sa banque. C'est le sentiment de Brigitte Baumann, élue « European business angel 2014 ». Elle exprime également la très grande retenue dont témoignent les femmes sur le sujet. La CEO de la plateforme de « business angels » Go Beyond Early Stage Investing estime, dans cet entretien, que c'est un tort. *Susanne Blank*

M^{me} Baumann, vous avez été désignée « European Business Angel 2014 ». Qu'appelle-t-on un « business angel » ?

Un « business angel » a deux ailes. D'un côté, il investit dans une jeune entreprise contre une participation, sous forme d'actions par exemple. De l'autre, il la soutient dans son fonctionnement : contact, gouvernance, etc. Notre expérience l'aide à vendre, à valoriser ses produits et à croître. Cette activité est très risquée et ne devrait concerner que 2 à 5 % du patrimoine de l'investisseur.

Comment devient-on « business angel » ?

La meilleure façon est de commencer par investir de petites sommes pour apprendre. Il existe des plateformes ou des réseaux pour cela. Dans la nôtre, on peut commencer avec des montants de 4000 francs. Nous sommes aussi entourés de gens qui ont de l'expérience et des cours fournissent le soutien théorique nécessaire.

En tant que CEO et fondatrice de Go Beyond Early Stage Investing, vous offrez des services aux « business angels ». Travaillez-vous avec d'autres catégories d'investisseurs ?

Oui, tout dépend du stade de développement de la jeune pousse. Les « business angels » interviennent au début. Les investisseurs en capital-risque (« venture-capitalists ») prennent

souvent le relais. À un stade ultérieur, on peut trouver des investisseurs privés (« private-equity investors »).

Comment répondez-vous plus précisément aux besoins des « business angels » ?

Nous le faisons de trois façons différentes, suivant qu'ils débutent, qu'ils souhaitent se constituer un portefeuille ou qu'ils veulent devenir « deal leader » ou « coach ». Par exemple, ceux qui débutent peuvent intégrer un groupe de dix à vingt personnes pendant un an, sous la conduite d'un « coach ». Tous mettent de l'argent en commun. Ils rencontrent trente à quarante entrepreneurs – à peu près trois à quatre par mois – et

L'invitée

Brigitte Baumann a cofondé à Zurich la plateforme de « business angels » Go Beyond Early Stage Investing, dont elle est actuellement la CEO. Elle est également membre de la Commission pour la technologie et l'innovation (CTI) et responsable de la section « gestion de la diversité ». Son activité de « business angel » l'amène à participer à plusieurs comités d'investissement. Elle est également présidente honoraire de l'association européenne des « business angels ». Brigitte Baumann investit depuis 2003 dans les jeunes pousses. Son action et sa passion ont été récompensées par le titre de « European Business Angel 2014 ». En novembre dernier, elle a été citée comme faisant partie des cinquante Européennes les plus influentes dans le domaine des jeunes pousses et du capital-risque. Brigitte Baumann est ingénieure chimiste de formation et possède un MBA en finance.

apprennent à les évaluer. Pour chacun des investissements faits pendant l'année, un des participants agit comme «deal leader», soit le représentant du groupe. C'est lui qui est le premier point de contact et qui suit l'entrepreneur.

« La chose la plus importante est la partie humaine, soit l'individu et l'équipe. »

Ce genre d'investissement est demandé ?

Oui. De plus en plus de gens veulent investir dans de jeunes entreprises. Les «business angels» sont les mieux placés pour les aider. Ils voient vite que c'est complexe et important d'apprendre des expériences des autres. Plus de 60 % de nos membres suivent des cours en ce sens. Parmi les femmes, cette assiduité est même supérieure à 80 %.

C'est le cas sur votre plateforme ou en est-il de même ailleurs ?

Non. En Suisse, seuls 3 % des «business angels» sont des femmes, alors qu'elles représentent près de 40 % de nos membres. Nous avons créé un environnement dans lequel les investisseuses et les fondatrices d'entreprises se sentent comprises.

Vous êtes responsable de la diversité à la CTI. En quoi celle-ci est-elle importante ?

Dans l'innovation et l'entrepreneuriat, il est important qu'un objet ou une situation identique ait plusieurs regards, y compris en ce qui concerne les objectifs. C'est un atout pour l'entreprise, même si ce n'est pas toujours facile. Il est prouvé que, financièrement ou émotionnellement, les gens se sentent plus à l'aise dans des environnements diversifiés. Notre réseau compte des représentants des deux sexes, de tous les âges – de 30 à 80 ans – et venant d'horizons différents. C'est très utile avec des entrepreneurs qui ont souvent des personnalités fortes.

Entre vous et les jeunes pousses, qui recherche le plus l'autre ?

Les deux. Ainsi, nos membres peuvent découvrir de jeunes entreprises sur notre plateforme et pendant les réunions mensuelles. Ce ne sont pas les seuls lieux de rencontre. Il existe les «demodays», des journées où l'on rencontre des entrepreneurs qui ont participé à un accéléra-



teur ou à une compétition de plans d'affaires. La Commission pour la technologie et l'innovation joue un rôle en ce domaine. Nous lions aussi des partenariats avec des universités ou des cabinets d'avocats. Notre groupe de «business angels» se fait également connaître à travers ses cours destinés aux entrepreneurs. Certains d'entre eux se renseignent sur nos possibilités de financement.

Selon vous, qu'est-ce qui détermine le succès des jeunes pousses ?

La chose la plus importante est la partie humaine, soit l'individu et l'équipe. Ils doivent faire preuve de vision, de ténacité, de passion, et savoir agir avec peu de moyens. Le produit vient ensuite : la technologie est-elle innovatrice ? Va-t-elle trouver un marché ? Le financement est abordé en troisième position : combien vaut l'entreprise ? Un ou plusieurs investisseurs ? Quel mode de participation ?

Et du côté des investisseurs ?

Un portefeuille doit être développé et géré en tenant compte des risques, mais aussi des succès



possibles. C'est pour cela qu'il convient d'investir dans au moins dix à douze entreprises. Il est, par ailleurs, essentiel de garder le contact avec les sociétés concernées et de réinvestir dans celles qui progressent correctement.

Sur quel rendement peut-on compter ?

Le retour sur investissement des portefeuilles de nos membres est en moyenne de 15 % par an. Toutefois, les statistiques industrielles montrent que, sur dix entreprises, il y en a quatre qui vont « mourir » et où l'on va donc tout perdre. Quatre autres ont un rendement faible. Les deux dernières seront les seules véritablement rentables. C'est pour cela qu'il faut se construire un portefeuille, suivre les entrepreneurs... et avoir de la chance. Qui aurait pu prédire qu'Uber vaudrait 68 milliards d'USD en cinq ans ?

Actuellement les taux d'intérêt sont faibles. Cela stimule-t-il les investisseurs ?

C'est un facteur, mais beaucoup de gens ont encore peur de dire à leur banquier : « J'ai envie de rencontrer des entrepreneurs, de prendre mes propres décisions en matière d'investissement.

Apprenez-moi comment le faire, alors que je ne connais pas les entreprises concernées. ».

Nombre de jeunes pousses ou de petites entreprises qui abordent la phase de croissance s'expatrient, par exemple aux États-Unis. Pouvez-vous le confirmer ?

Je n'ai pas de statistiques là-dessus. Pour moi, tout dépend de la jeune pousse. Si elle développe de nouvelles technologies, la Suisse est un terrain idéal pour ce faire. On y rencontre de nombreuses nationalités, comme à l'EPFL. On arrive tout à fait à croître ici – surtout à travers Internet – et même à se faire racheter.

On dit que la Suisse est trop petite pour les grandes entreprises.

C'est sûr que, vu la taille de la Suisse, on est immédiatement obligé de penser en termes d'exportation. C'est un atout, car les jeunes pousses suisses développent tout de suite des technologies et des produits utilisables au niveau mondial. Ce pays est idéal pour les entreprises innovantes. Ces dernières peuvent, dans certains cas, être achetées par un groupe international qui leur don-

nera l'envergure requise. Si c'est le cas, il ne faut pas bouger, car les multinationales connaissent très bien la Suisse. Elles savent que l'on y trouve de très bonnes équipes et des nouvelles technologies. On peut se demander si Uber ou Facebook auraient pu naître en Suisse. L'environnement aux États-Unis n'est pas le même. On peut y créer des entreprises qui, en un rien de temps, pourront valoir 1 ou 2 milliards d'USD. Cela attire certains entrepreneurs.

L'esprit d'entreprise est-il le même en Suisse, aux États-Unis ou ailleurs ?

Notre tissu économique est principalement fait de PME. L'esprit d'entreprise y est solide et favorable au développement durable. Aux États-Unis, l'entrepreneuriat peut faire du yoyo. Je connais quelqu'un qui a déjà fait fortune et faillite plusieurs fois. Pour lui, c'est ça l'entreprise. Un autre a dû quitter sa maison à 20 millions d'USD pour habiter un tout petit appartement, avec juste de quoi manger. En Suisse, l'esprit est bon, car on fait les choses petit à petit. Il faut conserver ce que notre culture a de positif.

Trouvez-vous qu'il y a trop peu de capital-risque en Suisse ?

Oui. En Suisse, on pourrait être plus de 300 000 à allouer de 10 à 200 000 francs pour aider les jeunes pousses. Actuellement, on est peut-être 3000 ou 4000. Dans d'autres pays, le pourcentage de population concernée est nettement supérieur à celui d'ici. Les «fintechs» sont les premières victimes de ce manque de financement. Il est triste de les voir s'expatrier pour trouver les 2 premiers millions nécessaires à leur croissance. Certains d'entre nous ont d'ailleurs envisagé de s'installer au Royaume-Uni.

Une partie du monde politique souhaiterait impliquer les caisses de pension dans le financement des jeunes pousses.

Les fonds nécessaires au démarrage, soit les premiers 500 000 francs, ne posent pas trop de problèmes. Ce qui est en jeu, ce sont les 2 à 5 millions nécessaires après. Ces montants sont trop faibles pour intéresser les investisseurs en capital-risque et il est très difficile de les réunir auprès de «business angels» en Suisse. J'en ai fait l'expérience :



alors que mon entreprise « fintech » s'est développée, qu'elle génère des revenus, il n'est pas facile de lever 2 millions de financement. Il convient, toutefois, de faire attention à ce que les caisses de pension ne déversent pas trop vite trop d'argent sur le marché. Il faut y aller progressivement,

Certains politiciens voudraient que les caisses de pension financent un fonds ciblé sur les jeunes pousses. Or, leurs dépôts sont d'abord destinés aux retraites.

Je suis entièrement d'accord pour que les jeunes pousses disposent de davantage d'argent. On ne devrait, par contre, jamais forcer quelque chose. Les caisses de pension sont là pour assurer l'avenir : il faut les laisser libres de leurs choix.

Que pensez-vous des outils de promotion étatiques ?

Les fonds de coinvestissement gouvernementaux marchent bien dans de nombreux pays, comme l'Allemagne et le Royaume-Uni. Ici, cela n'existe pas. Les fonds de contreparties (« matching funds ») en sont une forme fréquente. Ils suivent les « business angels », de même que leurs plateformes qui ont enregistré leur parcours. Ce pourrait être une option pour les caisses de pension en plus d'investir dans des fonds traditionnels de capital-risque orientés vers les jeunes pousses.

L'État offre tout de même des moyens.

Oui, pour la recherche et le développement. Nous sommes très bons dans ce domaine et ce ne sont pas les soutiens qui manquent. La CTI fait beaucoup pour l'éducation et l'encadrement des jeunes pousses, ainsi que pour le développement de l'écosystème entrepreneurial.

Comment l'État pourrait-il encourager les jeunes pousses ?

Premièrement et c'est la base, il faut faire en sorte que quiconque puisse fonder sa société, exporter, embaucher et débaucher facilement. La Suisse est bien placée en ce domaine. Il faut attirer le savoir-faire international. La fiscalité ne doit pas décourager l'entrepreneur. L'impôt sur la fortune doit être revu sur ce plan-là. Deuxièmement, il faut faire en sorte que les investisseurs – surtout ceux qui prennent le risque au tout début – béné-

ficient d'une aide et d'une formation appropriée. C'est cela qui encourage les gens à investir. Troisièmement, il est important de soutenir les milieux professionnels, comme les banques, les entreprises ou les cabinets d'avocats, qui peuvent beaucoup apporter aux jeunes pousses.

Notre fiscalité et notre réglementation encouragent-elles vraiment les investissements en Suisse ?

Dans certains pays, comme le Royaume-Uni, la fiscalité est très favorable aux investisseurs. Ce facteur est important pour l'augmentation continue des « business angels » et, donc, pour le financement des entrepreneurs. Il permet davantage de déductions qu'en Suisse. La réglementation facilite également la création de réseaux et de plateformes d'investissements. La réglementation suisse concernant, par exemple, le financement participatif doit être réactualisée. Comme dans d'autres pays, il faut attirer les petits investisseurs désireux de travailler ensemble, d'apprendre et de suivre ceux qui ont plus d'expérience et des parcours connus. En ce qui concerne les « fintechs », notre législation a aussi besoin d'évoluer, comme l'ont déjà fait d'autres pays européens, pour éviter qu'elles ne quittent la Suisse pour s'étendre à l'international. Notre pays doit rester un centre financier mondial.

Pour conclure, pourriez-vous nous citer un cas particulièrement gratifiant pour votre activité de « business angel » ? Une jeune pousse qui vous a tout spécialement marquée ?

Ma plus grande satisfaction vient quand j'investis avec d'autres « business angels » dans une jeune pousse qui produit une belle innovation et dont l'équipe est passionnée. Nous les aidons à se développer et, quand c'est le bon moment, d'autres rachètent nos actions avec une bonne plus-value. Cela permet de réinvestir dans de nouvelles jeunes pousses. En Suisse, Lemoptix et Sensima sont de bons exemples de réussite.

Entretien Susanne Blank, rédactrice en chef de *La Vie économique*

« Les « fintechs » sont les premières victimes de ce manque de financement. »