



www.oteci.asso.fr

OTECI et start ups

Webinaire 14 Mai 2020

C. Viguier Petit

ML Pellotier

O. Rebiere

Notre objectif aujourd'hui

**Brainstormer tous ensemble
sur la place d'OTECI auprès des start ups
en vue de préparer une stratégie spécifique**

1. Quelle est l'ampleur des besoins d'accompagnement ?
2. Que nous apprend l'expérience à date d'OTECI ?
3. Quelle est l'offre d'accompagnement? Quels sont les gaps?
4. Quelle place pour OTECI: offre, positionnement, approche ?

Les intervenantes aujourd'hui



Claire VIGUIER PETIT

- HEC Paris
- Industrie Pharma (Sanofi): Finance, Marketing, Operations commerciales
- Coach HEC
- Mentor start up (Medicen, SuriCog, Willco)



Marie Laure PELLOTIER

- EM Lyon
- Industrie pharma (Grpe Mérieux- Start up): Finance – Juridique –RH-Fiscalité
- Création d'organisations « from scratch »
- Adaptation : depuis le tournevis jusqu'à la levée de fonds



Ophra REBIERE

- Médecin
- Industrie Pharma (Sanofi): Marketing, Stratégie, Accès au marché.
- Certificat administrateur (Sciences po/IFA)
- Expert Medicen

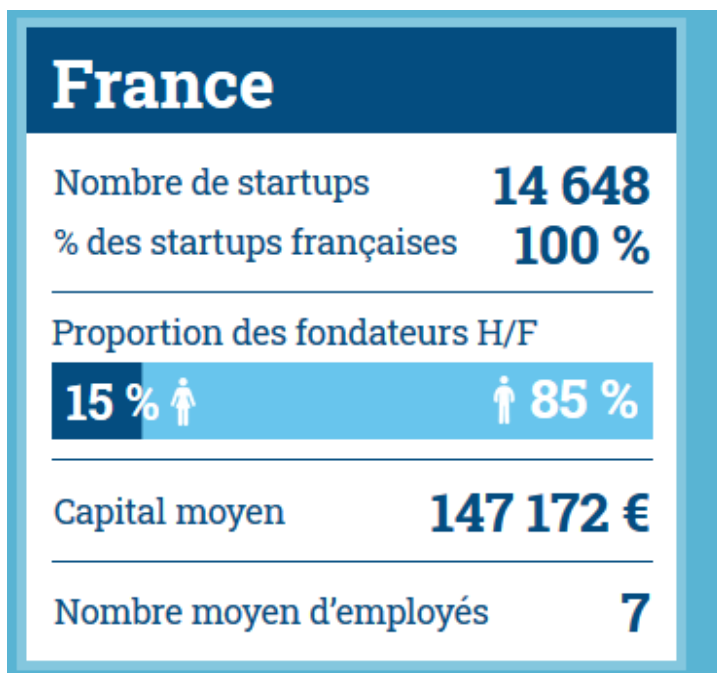


Start ups : Les besoins des dirigeants

Claire Viguier Petit

www.oteci.asso.fr

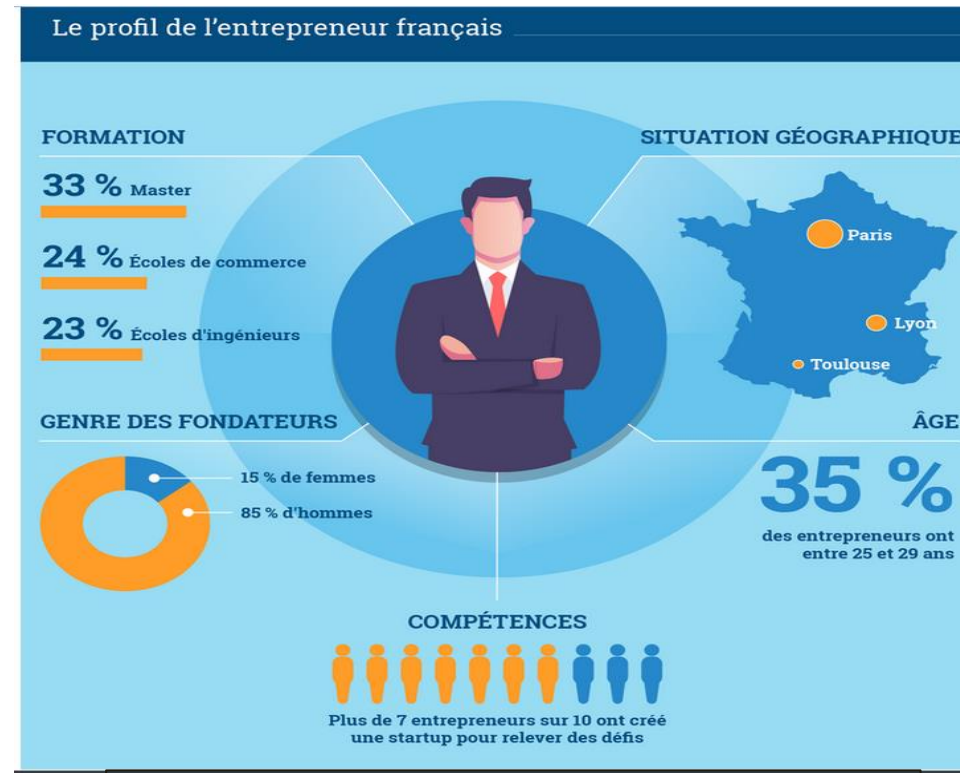
Les start ups en France, une large population



Quatre entreprises françaises sur dix plient boutique avant leur cinquième anniversaire (etude INSEE 2017)
cinq causes d'échecs (etude CB Insights)

- **Une absence de marché ou de besoin** (42 %)
- Un manque de trésorerie (29 %)
- Une équipe inadaptée (23 %)

Les dirigeants de start ups, perceptions et realites ...



Age

35%	25-29 ans
24%	30-34 ans
41%	plus de 35 ans

Motivations

72%	pour relever des défis
55%	pour changer les règles et innover
40%	pour être indépendant

Les start-ups en sante, un profil spécifique

Plus de 1700 entreprises de healthtech en France dont :

720 biotech.

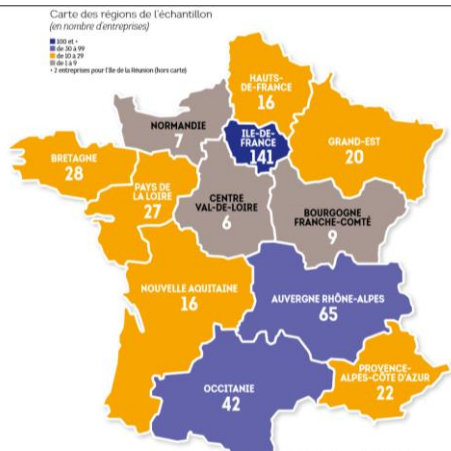
+ de 800 medtech.

200 entreprises
de e-santé.

Une forte dynamique de création d'entreprises

60 nouvelles entreprises de biotechnologie
voient le jour chaque année. (source : Fefis)

52% créées à partir de la recherche académique
ou publique



Profils des entrepreneurs

59%
sont primo-dirigeants.

81% des fondateurs
sont scientifiques
ou médecins.

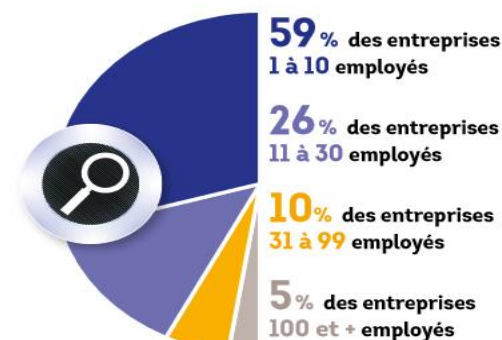
Moyenne d'âge :
50 ans

19% des dirigeants
sont des femmes.

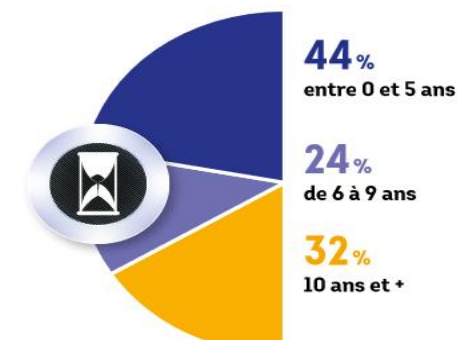
+ de la moitié
des implantations à l'international.

1/3 des collaborations
avec des acteurs étrangers.

Effectifs des sociétés

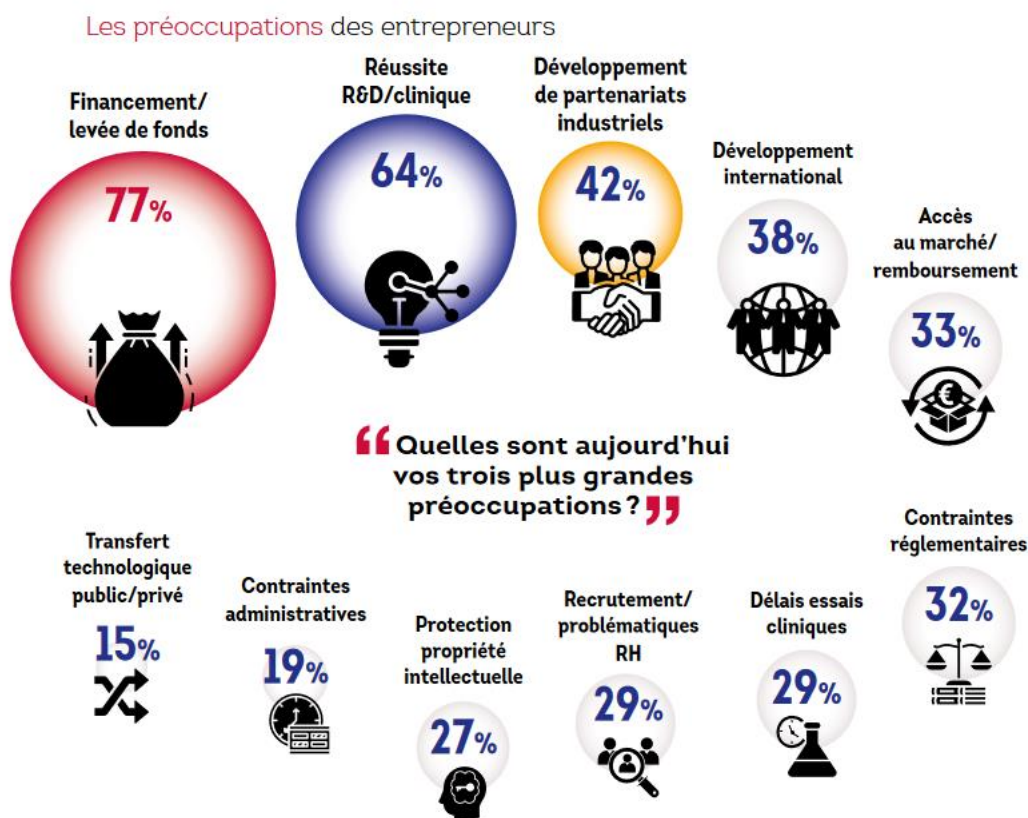


Age des sociétés



Les start-up en sante, une multitude de besoins des entrepreneurs ,

Des besoins techniques



Source : France Biotech - Réponses multiples à la question ouverte « Quelles sont aujourd'hui vos trois plus grandes préoccupations ? »
397 sociétés, octobre 2019

Des besoins d'accompagnement

« Les entrepreneurs qui réussissent sont ceux qui comprennent qu'ils sont leur premier outil de travail et qu'ils ont besoin de bien s'utiliser »

Programme Faire – Epigo et Université Paris Dauphine

Une situation professionnelle et humaine atypique:

- Forte pression liée à l'enjeu
- Importance de la vision
- Avancée rapide sur de multiples fronts..technique, client, investisseur
- Gestion des Risques
- Transition d'une phase à une autre
- ...et solitude !

Selon la phase dans laquelle se trouve la start up les besoins d'accompagnement sont différents

Ideation

Concept et
marché

Création

Entreprise,
Prototype

Amorçage

Test V1
sur le marché

Scaling

Business model
1^{er} CA

Expansion

Usages et
geographies

Connaissance technique de
l'entreprise

Connaissance des investisseurs

Connaissance des Clients

Organisation et animation
de l'équipe

Le profil du dirigeant définit le besoin d'accompagnement

- **Age de l'entrepreneur:**
expérience, compétences, le soi



Besoins d'accompagnement liés au projet entrepreneurial (Cuzin et Fayolle, 2004)			
	Technique	Psychologique	Global ou méthodologique
centré sur :	le projet lui-même, par exemple questions financières, juridiques ou commerciales	le porteur de projet	le couple dialogique porteur/projet : problèmes d'adéquation et de cohérence interne, choix d'orientations stratégiques
Rôle de l'accompagnant	Apporter une expertise technique	Coacher le porteur	Faire prendre conscience au créateur des conséquences d'une situation ou d'un choix donné

Tableau 2. Postures et besoins d'accompagnement

	Posture technique	Posture critique et réflexive	Posture herméneutique	Total
Expérimentés	47,7%	40,2%	12,1%	100%
Trentenaires	61,3%	25%	13,7%	100%
Novices	27,7%	30,3%	42%	100%
Etudiants	46,1%	23,4%	30,5%	100%

Tableau 4. Postures exprimées par type d'accompagnés (en % du volume des mots)

Les attentes d'accompagnement: tout à la fois mentor, expert, coach

- **MENTOR** : Aider par son experience à la réflexion et à la decision
 - Exposé du projet dans ses differents aspects : technique, commercial, juridique, financier...
 - Fixation d'objectifs avec des livrables et un planning
- **EXPERT** : Apporter une expertise et des réseaux
 - Modele economique et business plans, connaissances specifiques marketing, finances ...et secteur
 - Acces aux competences de son reseau
- **COACH** : Ecouter, proteger et developper la personne
 - Proteger de la pression/stress, de la duree et des doutes
 - Developper dans son metier d'entrepreneur et de dirigeant



Startup : Bilan des actions OTECI et enseignements

Marie-Laure Pellotier

www.oteci.asso.fr

Actions menées 2018 - 2020

- **Comment arrivent les contacts**

- Par les adhérents eux-mêmes : environ 80 % des demandes
- Par le site web : environ 20 % des demandes

Sujets très variés, souvent avec de la Propriété Intellectuelle (car nous avons des experts dans le domaine)

- **Actions menées**

- **Au niveau des entreprises :**

- Aide à la création d'entreprise pour une dizaine de projets sur Aura
- ✓ Vaccins ADN nus (accompagnement à la rédaction partie financière BP)
- ✓ Signature électronique (relecture BP – relecture contrats de licence) (mais dépôt de bilan)
- ✓ Diagnostic médical par IA (accompagnement à la rédaction de la partie financière BP)
- ✓ Matelas pour extinction d'incendie (accompagnement à la constitution de la société – et au BP)
- ✓ Mission RH pour nanobatteries (en cours) .
- Accompagnement d'une douzaine d'entreprises en IDF, dans les domaines très variés : silver économie, oncologie ou encore la sociologie

Utilisation de modèles financiers créés par le réseau entreprendre

Actions menées 2018-2020

– Vers les universités

- ✓ Aide à la création d'entreprise pour jeune doctorant (UGA- Grenoble)
- ✓ Ecriture d'un cas et d'un module spécialement dédié création d'entreprise et diffusé aux étudiants
Docteurs en chimie à l'université d'AIX-Marseille
- ✓ Animation de formation gestion de projet et ou création d'entreprise à Aix Marseille/Ecole de chimie
- ✓ petits déjeuners atelier –

- En interne

- ✓ Formation/sensibilisation de l'équipe PACA au monde des start up
- ✓ Partenariats avec les incubateurs / Pépinières : LR /Incubateur : AURA
- ✓ Rédaction de plusieurs présentations : Rédaction d'un Business Plan, comparaison de différents types de société

Actions menées 2018-2020

- ***Des beaux succès pour OTECI qui accompagne***
 - **l'entreprise MANEA**, médaille de bronze au concours LEPINE,
 - et qui accompagne également **l'entreprise LACTIPS** – granulés plastiques issus de protéine du lait - distinguée par de nombreux prix (Solar impulse, Wai boost BNP, all4pack innovation, Europabio et Citeo)



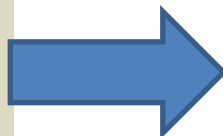
L'offre existante d'accompagnement des start up

Ophra Rebiere

www.oteci.asso.fr

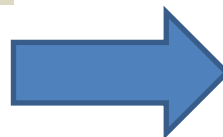
Start up ou TPE/PME, une frontière parfois très fine

Innovation, potentiel, jeunesse, besoin de fonds
*Une startup est une organisation **temporaire** à la recherche d'un modèle économique industrialisable et permettant une **croissance** exponentielle**

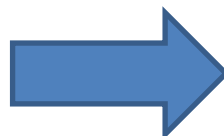
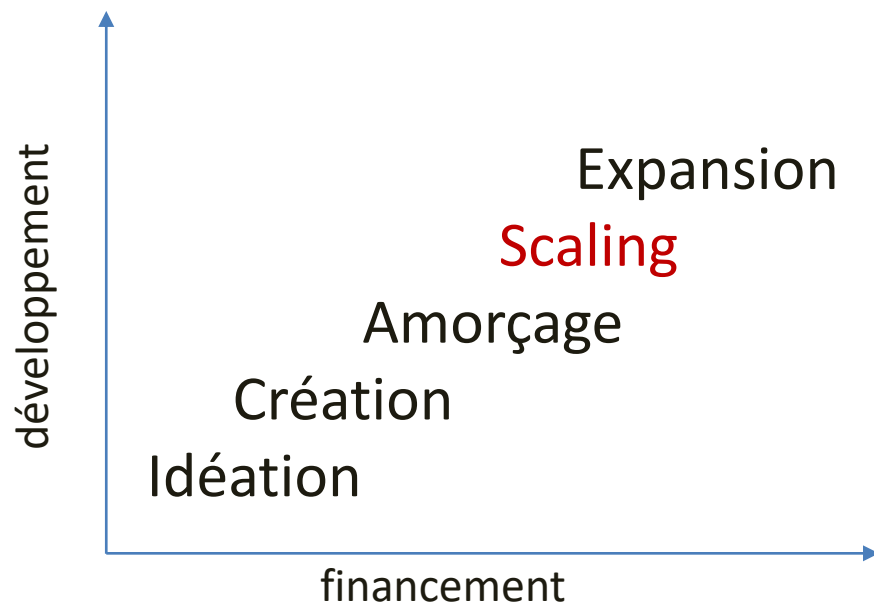


*Une entreprise est une organisation **permanente** conçue pour exécuter un modèle économique reproductible et évolutif**

Un besoin permanent de lever des fonds



Devenir pérenne



Un **CA** à pérenniser
Un **business modèle** à structurer
Des employés à organiser avec une démarche RH
Une structure de rémunération
Des process à mettre en place
Une circulation de l'information
Industrialiser, Internationaliser

* d'après Steve Blank, pape de l'entrepreneuriat et de l'innovation

Des acteurs multiples et interconnectés en soutien

Public <-----> Privé

Et de nombreuses situations intermédiaires

Etat, régions/territoire

- BpiFrance
- Collectivités territoriales, Régions
- Universités
- CSF (Comités stratégiques de filières)
- Europe: Horizon 2020 (EIT Health, Eureka/PME) EEN Entr. EU Network

- Incubateurs
- Pépinières
- Accélérateurs
- Pôles de compétitivité

- Entreprises
- Investisseurs y.c. Banques

-Financeurs (prises de participation, levées de fonds) ou non

Le parcours de développement et les offres d'accompagnement hors finance

Ideation

Création du concept –
Facteurs clés de succès sur le marché

Création

Création d'un prototype et mise en place de l'entreprise

Amorçage

Tester une première version de l'offre sur le marché

Scaling

Valider le business model avec un CA significatif

Expansion

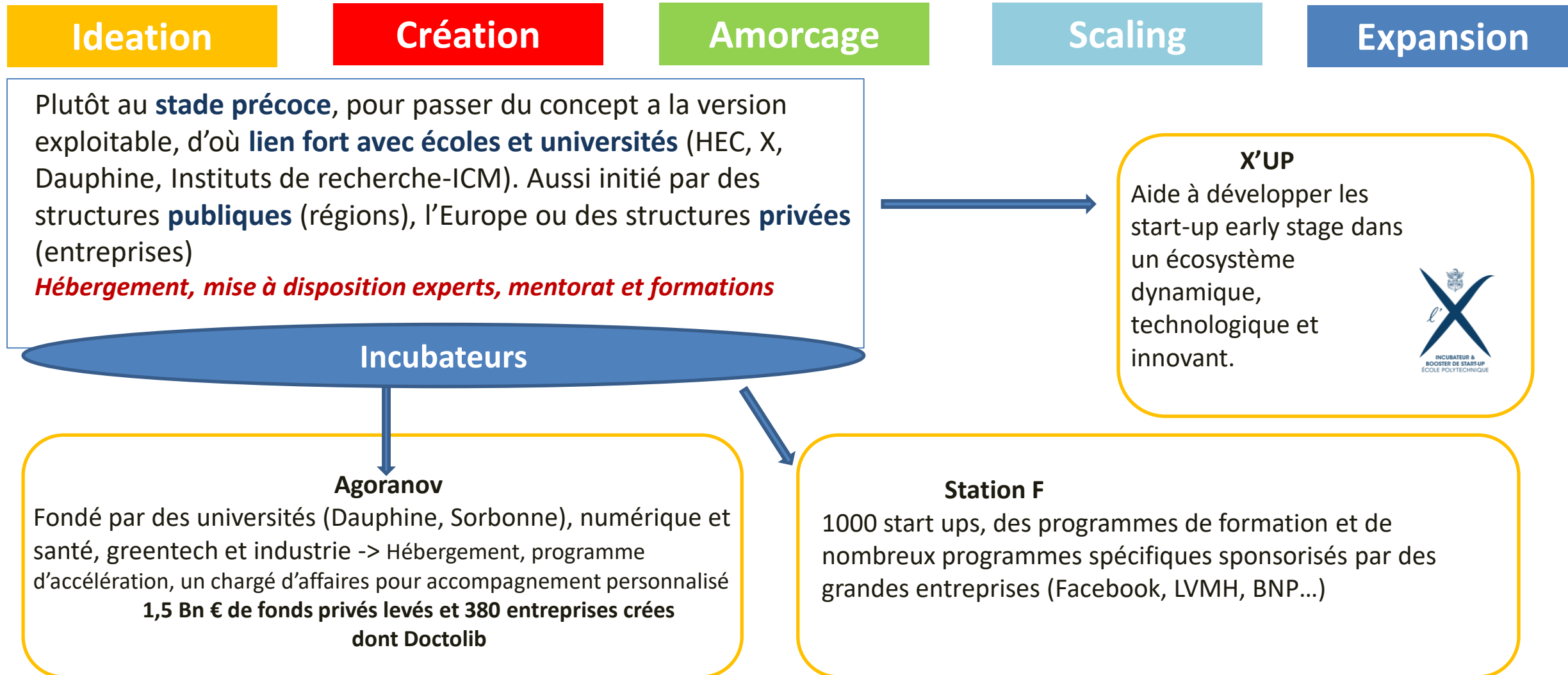
Étendre l'offre à plusieurs marchés, international...

Incubateurs

Accélérateurs

Pôle de compétitivité – dimension thématique et multiacteur

Le rôle des incubateurs, quelques exemples



Les accélérateurs plutôt orienté prise de participation

Ideation

Création

Amorçage

Scaling

Expansion

Plutôt après la création de l'entreprise, sélection d'entreprises pour **accélérer leur croissance** avec un accompagnement plus court.
Plutôt privé, l'accélérateur se **rémunère en prenant part au capital** (2-6%) en échange des services offerts

Offres: Hébergement, mise à disposition experts, mentorat et formations, aide au business plan, financement (mise en contact avec fonds d'investissement, business angels ou investisseurs)

Accélérateur

Schoolab propose Seed up: payant avec accompagnement mais pas d'equity, **RDV experts, mentors**, partenaires, grands groupes +/- bureaux
Ex: comment décoller ses ventes en B2B ou 1ere levée de fonds

Eura technologies, Lille
Coaching, **mentoring intensif**, 300 startup accompagnées, 170 M€ de levée de fonds
Numa
1kubator
Axeleo.....

L Atelier BNP Parisbas
Le hub BPI et accélérateur PME
Orange Fab
Start up 42

WILCO, IdF, mix public (Région, Caisse des Dépôts, Eu) et privé (mécénat Corporate). Spécialisé dans santé, industrie, numérique, B2C > ateliers collectifs, + **Mentorat, coaching, business developpers** (5-10 j d'accompagnement individuel) 300M€ levés en 2017, 1000 start up accélérées, 150 nouvelles start up/an

Les pôles de compétitivité, à tous les stades de développement

Ideation

Création

Amorçage

Scaling

Expansion

Rassemble sur un territoire et une thématique ciblée, entreprises petites et grandes, laboratoires de recherche et établissements de formation. Pouvoirs publics nationaux et locaux étroitement associés.

A vocation R&D, il accompagne également le développement et la croissance des entreprises membres grâce à la mise sur le marché de nouveaux produits, services, procédés issus de la recherche. **2019-22: Ambition Européenne (avec Horizon Europe)**

Financement: dépend des missions et provient de diverses sources selon les projets (FIU: *Fonds unique interministériel*, *partenaires (ANR, bpifrance ou Caisse des dépôts)* et accès aux programmes communautaires (ex: *EEN European enterprise Network*) , région, adhérents.

Pole de compétitivité – dimension thématique et multiacteur

L'exemple de Medicen, centré sur la santé, supporté par la région IDF, propose

- l'aide à la construction de projets innovants par le développement de la visibilité et l'identification de partenaires y compris internationaux par ex avec Biowin et EIT Health (6 hubs en Europe, grandes entreprises, des acteurs publics, CEA-IGR et un programme d'accélération)
- L'accompagnement: Scan 360, mécénat de compétences, un comité investisseurs, une préparation à des appels à projet Européen

Usage des incubateurs par les start up et feedback utilisateur

- **En santé: 38% sont en incubateurs/accélérateurs/pépinières , 33% n'y ont jamais été**
- Beaucoup de start ups n'ont pas les fonds pour engager des prestataires experts techniques

- **Feedback CEO**
- **incubée chez Génopole** > Formation complète, journées de rencontres avec experts, bpifrance, Wilco....
- **Incubateurs**, difficile de s'y retrouver, certains font juste de l'hébergement, d'autres de la mise en relation, les propositions sont très différentes et les sites internet ne reflètent pas vraiment le contenu
- **Mentorat**: oui mais a ressenti l'intérêt très fort de prendre des parts dans sa société > Gênant
- Vient d'intégrer **Wilco**, raison principale, prêt d'honneur de 30K€ / associé. Prise en charge par un chargé d'affaires (3 pour 20 start up). 3 ans d'accès au réseau

Sa vision de L'OTECI

- Une proposition « unique »
- Les incubateurs ne donnent pas accès à des profils de ce niveau, les gens accessibles sont en général en activité et parfois ils viennent faire leur marché
- Atouts: expérience, bagage, possibilité de plusieurs casquettes
- Pas d'intérêt commercial, > plus cool dans les échanges
- Intérêt pour prolonger « si affinité » > Board ou mission
- La faiblesse: l'absence de visibilité



www.oteci.asso.fr

Startup

Questions clés

Plans d'actions

Discussion

Les questions clés

- « Etre un acteur national majeur du conseil en management et en formation pour soutenir le développement et l'emploi, grâce au partage et à la transmission d'expérience de haut niveau, assurés par notre réseau de managers et experts seniors bénévoles »

1. OFFRE ?

- Tout domaine ? Santé en particulier ?
- Accompagner: mentorat, coaching de dirigeants
- Expertise
- Offre de Formation

2. POSITIONNEMENT ? Mix valeur/Prix et par rapport à une l'offre existante

- Basé sur expérience et expertise, mix d'expériences, pas d'intérêt commercial
- Conditions tarifaires flexibles et quand les prestataires payants sont inaccessibles ou n'ont pas l'expérience .
- Contredons ?

3. APPROCHE CLIENT

- Partenariats avec les Incubateurs/ Accélérateurs , pôles de compétitivité
- Direct par le site Web

Comment avancer en pratique et avec qui

1. Groupes de travail existants: partage du travail en cours

- > Recensement des compétences > en cours
- > Stratégie de prospection > en cours
 - incubateurs, accélérateurs, Pole de compétitivité ?
 - Utiliser nos liens avec les universités, utiliser les formations comme point d'entrée ?
 - Monitorer l'origine des demandes par rapport aux efforts de recrutement > a-t-on une base de données ou peut on la construire

2. Offre et positionnement

- > A formaliser a partir des feedbacks et du projet associatif

3. Développer la visibilité : Projet en cours ?

- > Site Internet à repenser

4. Autres questions

- > Start up ou PME ou les deux
- > Facturation personnelle, Board ? Dans quels cas, sur quels critères peut on l'envisager