

# Le gourou du mois

## Chausson met le Web à ses pieds

Choisir les bonnes start-ups, cibler les bons investisseurs : Christophe Chausson, pionnier écouté de la netéconomie, lève des fonds et élève des jeunes pousses.

« Il n'y a pas assez d'ex-entrepreneurs dans les fonds de gestion de capital-risque français. » C'est en tout cas l'avis de Christophe Chausson.

Par un heureux hasard, cet ancien créateur d'entreprise, est aujourd'hui *fund raiser* (leveur de fonds). Sa société, Chausson Finance, créée en 1991 et établie non loin de la place de la Madeleine, joue l'intermédiaire entre les start-ups technos inexpérimentées et les vieux loups du capital-risque. Le quadra sans cravate, au sourire mince mais résolu, a déjà levé 1 milliard de francs pour arroser 52 jeunes pousses – sans jamais toucher à leur *business plan*. En suivant 30 dossiers par an, Chausson a déjà chaperonné AlloCiné en 1995, Integra en 1996, Odisei en 1997, 404Found en 1998, Netcentrex en 1999. « Notre objectif, c'est de découvrir au moins une future star par an. » Ce qui ne signifie pas gagner à tous les coups (cf. feu Clust).

S'il y a maintenant de la concurrence sur sa niche d'intermédiaire, Christophe Chausson a inventé un métier qui était alors squatté par les avocats et les cabinets de conseil, y compris aux États-Unis. D'où sa position stratégique, au cœur de la netéconomie française. L'indicateur semestriel qui porte son nom est d'ailleurs une référence dans le capital-risque hexagonal. Chaque investisseur est noté selon ses qualités d'accompagnement des start-ups. Chausson, vigilant, ne s'émeut pas outre mesure de la morosité qui frappe le milieu après les fastes de 1999. En 1995, on comptait huit fonds, avec en moyenne 300 millions de francs. Aujourd'hui, ils sont une cinquantaine et gèrent chacun 600 à 800 millions de francs. « Ils n'ont jamais eu autant d'argent dans la poche, remarque-t-il, mais ils n'ont jamais été aussi attentistes. Cela signifie qu'ils s'impliquent davantage dans leurs start-ups en période de crise. Puis comme la mode est revenue aux projets technologiques avec de fortes barrières à l'entrée, la mise initiale des investisseurs augmente. » Tant qu'il restera de l'oseille...

SOLVEIG GODELUCK

### Business plan

## ACTIONNAUTE SUR ORBITE

Les marchands du Web ont tout essayé pour fidéliser les internautes. Tout, sauf le concept de l'« actionnaut », lancé par Daooda, une première en France. Cette boutique en ligne fait de ses visiteurs de véritables co-actionnaires. L'internaute (en achetant, en cliquant ou en répondant à un questionnaire) gagne des points, transformés tous les deux mois en action(s), avec un prix de lancement de 150 points par action (ou 15 F le titre).

« Chaque membre possèdera, en moyenne, une action, explique Michaël Amar, le cofondateur et président de Daooda. Le but est d'inciter le client à acheter sur notre site plutôt que d'aller directement sur celui de la Fnac, par exemple. Les commerçants nous considèrent comme des "facilitateurs" d'achat. »

Pour un lave-vaisselle à 4 000 francs, Daooda offre 400 points, moins de 3 actions. Si le titre Daooda gagne 100 % sur un an – une performance rare –, l'« actionnaut » récupère 90 francs, pour une mise de départ de 4 000. Soit un rendement de 2,25 % par an dans le meilleur des cas. Conclusion, Daooda n'est pas un bon placement – le Livret A, c'est 3 %. Le modèle économique table d'ailleurs sur les commissions sur les ventes, la publicité et la vente d'études sur ses membres aux boutiques affiliées. W.B.

