



FINANCE & MARCHES

Itinéraire d'un candidat à l'entrée en Bourse

Ryad Boulanouar



Solairedirect et Showroomprivé ont tenté l'aventure boursière en 2015. Deux expériences bien différentes.

IPO... L'évocation de ces trois lettres suffit à faire briller les yeux des entrepreneurs, dirigeants et directeurs financiers, mais aussi et surtout des banquiers d'affaires, auditeurs et avocats. L'introduction en Bourse, c'est le rêve de toute jeune entreprise, l'étape incontournable d'une success-story. Une forme de Graal, même. On en attend beaucoup : notoriété accrue, visibilité, motivation des salariés, accès élargi aux financements, croissance externe... Des arguments inlassablement resservis par les intermédiaires et les « experts » financiers. Difficile dans ces conditions de résister au chant des sirènes. Mais le jeu en vaut-il la chandelle ? On peut légitimement se poser la question, au vu du taux de mortalité des entreprises introduites au moment de la bulle Internet.

Remplir son « book »

« Quand j'étais banquier d'affaires, j'ai préparé l'introduction en Bourse d'une vingtaine d'entreprises, toutes couronnées de succès », confie Thierry Lepercq, actuel dirigeant de Solairedirect. Ironie du sort, sa propre introduction en Bourse n'a pas abouti. Il n'a pas réussi à remplir son « book » comme disent les banquiers. Trop « Frenchie » pour les Américains, trop novateur pour les Français. Dans la finance, pas de pitié pour ceux qui échouent. L'introduc-

tion annulée, les visages se sont fermés... tout comme certaines lignes de trésorerie. « C'est la meilleure chose qui me soit arrivée », sourit pourtant Thierry Lepercq. Toute cette préparation lui a finalement permis de faire affaire avec Engie et, aujourd'hui, les synergies fonctionnent à merveille.

Changement de ton du côté de Showroomprivé, qui a réussi son introduction en Bourse en octobre dernier. « Nous avons bénéficié d'une fenêtre de tir favorable et notre histoire a convaincu », résume David Dayan et Thierry Petit, les deux fondateurs. La société a indéniablement gagné en notoriété. « Showroomprivé n'était pas connu aux Etats-Unis avant l'IPO, s'amuse Thierry Petit. Cette opération nous permet aussi d'envisager des acquisitions. »

Le quotidien de ceux qui tentent l'aventure n'est pas une sinécure.

Heureux ou malheureux, tous comparent leur préparation à un véritable parcours du combattant. Comptes au carré, cartographie des risques, « road shows » interminables... Le quotidien de ceux qui tentent l'aventure n'est pas une sinécure. Et l'entreprise dans tout ça ? Pendant que les dirigeants séduisent les investisseurs, ils ne développent pas leur activité. Une fois en Bourse, il n'est pas toujours évident d'accepter des fluctuations de marché souvent sans lien avec l'activité réelle de la société. « Les premières semaines, on a les yeux rivés sur le cours de Bourse. On y passe des heures, sans toujours comprendre pourquoi on gagne 7 % ou on perd 4 %. Mais on finit par prendre du recul », conclut Thierry Petit.

Fondateur du Compte Nickel.