

Fini le rêve, place au réalisme

Cet article est issu du quotidien La Tribune (www.latribune.fr). Tous droits réservés. Reproduction interdite sauf autorisation de l'éditeur.

cash-flow n La rentabilité, ce vieux concept éprouvé, est sur toutes les lèvres.

Il existe bien une vie après l'éclatement de la bulle financière, mais elle est bien moins drôle que l'époque fastueuse de la période de rêve. Et les acteurs de la nouvelle économie ont dû changer de discours. On ne parle plus de « valo », c'est-à-dire de valorisation pour une augmentation de capital basée sur un concept, mais de « valo » basée sur une perspective raisonnable de cash-flow. L'écart entre ces deux « valo », celle du rêve et celle de la réalité raisonnable, est considérable. Filiales Internet. La fin du rêve et du financement relativement facile a conduit de nombreuses start-up à modifier leur business plan. Parfois sous la pression de leurs investisseurs. L'idée générale est de développer des services qui peuvent être facturés et, ce faisant, permettent de faire apparaître un flux de cash-flow. Ce trait s'est rapidement répandu mais n'obère pas a priori le développement de technologies spécifiques. Au contraire, il les valide en permettant de tester ces technologies in situ. « Alors que nous développons des accords de co-branding, l'année dernière, on nous demande maintenant de travailler en marque blanche, explique Olivier Courtois, cofondateur d'Aktor Interactive (service de multidiffusion ciblée d'offres ou de demandes pour l'emploi, l'immobilier et les véhicules). Nous louons maintenant notre technologie à d'autres sites. » Ces derniers émanent soit de start-up, soit de « dotcorp », c'est-à-dire de filiales Internet de grands groupes. Christine Bonteil, managing director de Club Med On Line, reconnaît rechercher de tels partenariats de marque blanche. Ils peuvent lui apporter non seulement de la flexibilité et de la rapidité, mais aussi des idées. Et s'il y avait une conclusion à retenir du dernier Start-Up Forum de Monaco c'est : des idées oui, mais des idées qui rapportent au plus dans quarante-huit mois. La rentabilité, vieux concept éprouvé, est sur toutes les lèvres. Pascal Boulard