

**IPO** // Il est important de bien connaître et de comprendre les règles très spécifiques d'une introduction en Bourse. Cinq dirigeants qui ont vécu l'expérience expliquent comment s'y préparer.

# Six conseils de dirigeants pour réussir son introduction en Bourse

Cécile Desjardins  
@DesjardinsCecil

## 1 Se former très en amont

L'introduction en Bourse est un processus très spécifique que beaucoup de chefs d'entreprise ne vivront qu'une fois dans leur vie. Il y a des codes et des règles qui ne sont pas évidents à comprendre. « Suivre un programme spécifique pour les dirigeants est un très bon investissement : cela permet de mûrir son projet et de comprendre les mécanismes juridiques de l'introduction en Bourse, mais c'est aussi l'occasion de rencontrer d'autres dirigeants qui se sont introduits en Bourse, d'avoir leurs conseils et leur retour d'expérience. Cela permet de prendre un peu de recul, notamment, sur ce que nous affirment les banquiers conseils », indique Gérard Tremblay, PDG d'Osmozis, une société spécialisée dans les équipements connectés pour camping et villages de vacances qui a levé 9,4 millions d'euros en février 2017.

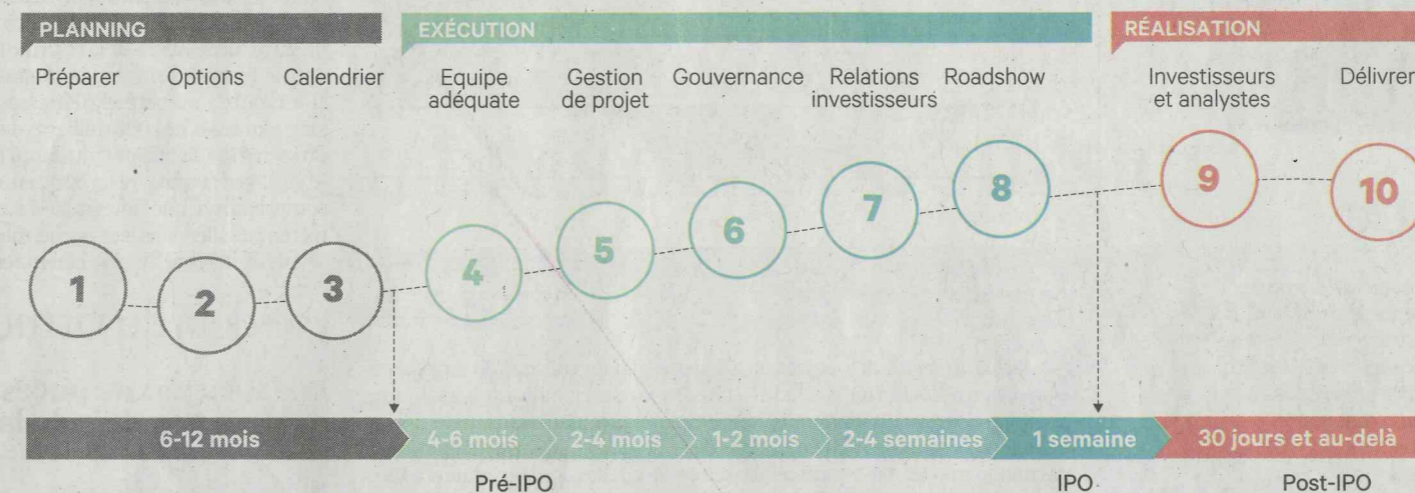
## 2 Avoir une excellente vision stratégique

« C'est la clef de la réussite de son introduction en Bourse : le dirigeant doit savoir précisément ce qu'il veut faire de son entreprise, et être parfaitement convaincu. Il va devoir répéter son discours à l'infini, lors des roadshows et des nombreuses rencontres avec des investisseurs : il ne pourra convaincre que s'il est lui-même profondément convaincu », estime Fabien Bardinnet, CEO de l'entreprise Balyo (5,1 millions d'euros de chiffre d'affaires dans les chariots-robots), qui a levé 45 millions d'euros en avril dernier.

## 3 S'appuyer sur une équipe solide pour gérer l'entreprise

Tous les dirigeants qui ont vécu

### Les 10 étapes clés pour réussir une introduction en Bourse



Gérard Tremblay, PDG d'Osmozis.



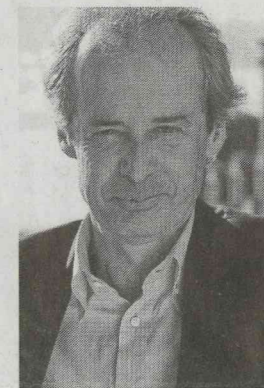
Fabien Bardinnet, CEO de Balyo.



Alexandre Parot, PDG de Groupe Parot.



Raphaël Gorgé, PDG de Prodways Group.



Philippe Santi, DG délégué d'Interparfums.

l'expérience sont unanimes : l'IPO est un tunnel de six mois qui mobilise à 200 % et requiert d'être extrêmement disponible. « Il faut que l'entreprise soit très bien organisée et que l'on puisse s'appuyer sur une équipe solide pour faire tourner la boutique. Sans cela, on court le risque de se retrouver au bout de 6 mois avec une entreprise cotée mais dont

le carnet de commandes est vide... » explique Alexandre Parot, le PDG de l'entreprise de distribution automobile qui porte son nom (715 salariés, 400 millions d'euros de chiffre d'affaires), qui a levé 6 millions d'euros en octobre 2016. Autant dire qu'il vaut mieux être solide, aussi, sur le terrain familial. « Le dirigeant doit être sur le pont pen-

dant 6 mois, tous les jours, de 6 heures du matin à 23 heures tous les soirs. On ne peut pas avoir d'autres soucis en tête. Il faut donc que l'organisation à la maison tourne sans qu'on ait à se préoccuper des difficultés du quotidien », estime Fabien Bardinnet, en rendant hommage à son épouse et... mère de ses quatre enfants.

## 4 Bien choisir ses intermédiaires

Si la qualité technique des équipes et leur bonne connaissance du secteur dans lequel l'entreprise intervient sont essentielles, ce ne sont pas les seuls critères à prendre en compte. « Il faut veiller à ce qu'il y ait une adéquation entre l'entreprise et les

intermédiaires qui vont intervenir dans le processus de l'introduction en Bourse, notamment les banquiers. Il faut notamment que l'équipe que l'on a en face de soi soit en rapport avec la taille de l'introduction et les ambitions de levées de fonds. Par ailleurs, la période de préparation est dense et exigeante. On est amené à passer beaucoup de temps avec ses banquiers, ses avocats, etc. : mieux vaut bien s'entendre et avoir des échanges productifs avec eux », explique Raphaël Gorgé, PDG de Prodways Group, qui a levé 66 millions d'euros en mai dernier.

## 5 Préparer l'opération sans attendre les conditions idéales

« Les cycles boursiers se sont beaucoup raccourcis et si l'on attend pour préparer son introduction en Bourse d'avoir de « bonnes conditions », il sera sans doute trop tard sur le marché lorsque l'entreprise sera enfin prête. Il faut commencer à travailler sur son opération même quand le marché semble fermé. Dans notre cas, nous avons pu profiter d'une fenêtre favorable, juste après l'élection présidentielle, mais, jusqu'au dernier moment, nous étions prêts à éventuellement tout annuler », se souvient Raphaël Gorgé.

## 6 « Ne pas mentir, ne pas tricher, ne pas décevoir »

La philosophie de Philippe Santi, le directeur général délégué d'Interparfums, n'a pas changé depuis que la société est entrée en Bourse. « La Bourse est un état d'esprit : il faut être prêt à jouer le jeu, à être transparents, à s'occuper des investisseurs et à tenir des assemblées générales, etc. Communiquer prend du temps. Par ailleurs, il faut être prudent dans ce qu'on présente au marché et ne pas tenter de vendre des perspectives déraisonnables. » ■

Photos DR