

Outre-Mer Invest

vol 4 | by EWAG |



**INNOVATION &
INVESTISSEMENT :
LES CLÉS POUR
RÉUSSIR**

Un guide proposé par

OUTRE-MER
network



BRED ESPACE OUTRE-MER : LA SEULE BANQUE EN LIGNE DE L'HEXAGONE DEDIEE À L'OUTRE-MER.

Acteur de référence sur les territoires d'outre-mer, BRED Banque Populaire connaît et comprend vos besoins ! BRED ESPACE OUTRE-MER vous accompagne pour concrétiser tous vos projets quelle que soit la distance qui vous sépare de votre département d'origine.

BRED ESPACE OUTRE-MER vous propose des solutions sur mesure



Une banque sans distance® qui offre à ses clients le meilleur de l'humain et du digital.



Une offre complète et adaptée à vos besoins : financement, assurances, épargne*...



Un conseiller dédié accessible en visio, par téléphone et par e-mail.



Un dispositif d'accompagnement dédié au développement des entreprises innovantes, startups ou PME établies : La filière NEXT INNOV.⁽¹⁾

**Un crédit vous engage et doit être remboursé.
Vérifiez vos capacités de remboursement avant de vous engager.**

Pour plus d'informations, contactez-nous !



09 69 36 28 51⁽²⁾



bredespaceoutremer@bred.fr
www.bredespace.com⁽³⁾

Document à caractère publicitaire et sans valeur contractuelle.

*Sous réserve d'acceptation par BRED Banque Populaire.

⁽¹⁾ Information disponible sur <https://www.banquepopulaire.fr/entreprises/next-innov/>⁽³⁾

⁽²⁾ Appel non surtaxé, coût selon votre opérateur.

⁽³⁾ Coûts de connexion selon votre opérateur.

BRED Banque Populaire – Société anonyme coopérative de Banque Populaire régie par les articles L 512-2 et suivants du Code monétaire et financier, et l'ensemble des textes relatifs aux Banques Populaires et aux établissements de crédit, au capital de 1 962 341 211,60 euros – Siège social : 18, quai de la Rapée 75604 Paris Cedex 12 – 552 091 795 RCS Paris – Ident. TVA FR 09 552 091 795 – Intermédiaire en assurances immatriculé à l'ORIAS sous le n° 07003 608. Crédit photo : Gettyimages – Novembre 2025.



ÉDITO

Il serait tentant de croire que ce guide a pour vocation de répertorier, une fois de plus, les dispositifs de financement pour TPE ou start-up innovantes. Il n'en est rien. D'autres le font déjà très bien.

C'est plutôt un retour d'expérience, un appel à rétablir et renforcer un climat de confiance sans lequel aucune aventure entrepreneuriale ne peut véritablement exister¹. D'un côté, il y a les entrepreneurs, ces héros du quotidien qui portent les projets, souvent avec risque. De l'autre, des partenaires privés qui acceptent, eux aussi, de prendre un risque : celui d'investir leur argent personnel ou celui qui leur a été confié, avec l'espoir de plus-value.

L'innovation ultramarine représente une opportunité unique. Elle se trouve à la croisée de sujets qui préoccupent : transition écologique, souveraineté alimentaire et énergétique, résilience des territoires, nouvelles technologies... Autant de domaines d'investissement dans lesquels family offices, fonds privés ou financeurs étrangers cherchent des projets solides, au plus près des réalités, essentiels pour la transformation de nos territoires d'Outre-mer.

Lever des fonds n'est pas une fin en soi, mais cela peut permettre d'accélérer le développement d'une start-up.

Encore faut-il se comprendre. Qu'attendent réellement les investisseurs ? Comment les approcher, leur parler, les convaincre ?

Dans ce guide, nous avons choisi de donner la parole à ceux qui s'engagent et ceux qui ont déjà franchi le cap de la levée de fonds. Ils témoignent, ici, avec des conseils pratiques pour mieux comprendre les codes d'un financement privé encore trop peu mobilisé dans nos territoires. Des voix de terrain qui éclairent et encouragent.

Certes, la meilleure levée de fonds n'est autre que la traction générée par vos clients. Mais l'innovation ultramarine mérite d'être financée à hauteur de son potentiel. Elle est une chance. À nous de la saisir.

Daniel Hierso,
Outre-mer Network

[1] Cf : Xavier Fontanet,
Si on faisait confiance aux entrepreneurs.

« EN OUTRE-MER, L'INNOVATION RÉPOND À DES ENJEUX D'AVENIR »

**LA DIRECTION GÉNÉRALE
DES OUTRE-MER (DGOM) EST
PLEINEMENT ENGAGÉE EN
FAVEUR DE L'INNOVATION
ULTRAMARINE ET
ACCOMPAGNE, À TRAVERS
DIVERS DISPOSITIFS, LES
PORTEURS DE PROJETS.
ENTRETIEN AVEC OLIVIER
JACOB, PRÉFET ET DIRECTEUR
GÉNÉRAL DES OUTRE-MER.**

Quel regard porte la DGOM sur l'innovation en Outre-mer ?

L'innovation est un sujet sur lequel nous sommes très engagés puisqu'elle permet d'éclairer d'une nouvelle lumière les Outre-mer. Il faut reconnaître que, souvent, on en parle lorsqu'on évoque les crises et les catastrophes naturelles. On pense moins aux Outre-mer en matière d'innovation, or, c'est une erreur. Parce qu'il y a une vivacité incroyable qui permet de répondre à beaucoup d'enjeux d'avenir, que ce soit



Olivier Jacob, préfet et directeur général des Outre-mer

la transition énergétique, la souveraineté alimentaire, l'économie bleue, la conservation de la biodiversité... Autant de sujets qui sont des préoccupations importantes des territoires.

Comment qualifieriez-vous les entrepreneurs ultramarins ?

Ce sont des gens innovants et précurseurs et, à l'image de leurs territoires, résilients. Ils ont une incroyable ténacité et résistance par rapport à tous les obstacles qu'ils doivent franchir. Ce sont des gens qui sont extrêmement motivés et créatifs, qui n'ont pas peur de prendre des risques pour innover au service de leur territoire et de leurs concitoyens. À la DGOM, notre feuille de route, c'est d'appuyer les entrepreneurs et de lever les barrières auxquelles ils font face, qui généralement vont entraver le développement des start-up et aboutir parfois à des situations où le projet se termine en queue de poisson.

Comment se matérialise l'engagement de la DGOM en faveur de l'innovation ?

Le premier est qu'on finance des événements qui mettent en valeur les start-up, afin qu'elles puissent exposer leurs projets, faire du networking et être mises en relation avec des partenaires et des investisseurs. Ce sont, par exemple, les Outre-mer French Tech Days, un événement qui demande une enveloppe assez conséquente mais qui a vraiment prouvé son efficacité.

Le deuxième type d'engagement, notamment avec la Mission French Tech, c'est le soutien à la formation pour les jeunes start-up et associations qui travaillent dans le secteur de l'innovation. Le renforcement des compétences est essentiel parce qu'il y a toute une technicité à acquérir pour présenter les projets et pitcher comme il faut face aux investisseurs. L'objectif est ainsi de fédérer et de créer de la croissance économique en créant des hubs et des écosystèmes. On a, par exemple, alloué des fonds pour créer un hub de l'innovation et de la tech dans le Pacifique, qui est porté par la French Tech Nouvelle-Calédonie.

Vous soutenez aussi Outre-mer Network, racontez-nous pourquoi...

Outre-mer Network est devenu un partenaire de confiance, j'allais dire historique, qu'on soutient sans hésitation parce qu'on a constaté, au fil des ans, la valeur ajoutée du concours Innovation Outre-mer. C'est un espace qui offre aux start-up des opportunités de rencontre avec des acteurs majeurs de l'innovation et où les retombées sont concrètes. C'est aussi à l'occasion de ces rencontres en direct que nous avons repéré les difficultés auxquelles se heurtent les jeunes entrepreneurs. On a ainsi constaté ce trou dans la raquette en termes de financement privé, pour les start-up ultramarines, simplement parce que la plupart des fonds sont ici, dans l'Hexagone.



La mise en place d'un fonds d'innovation pour les start-up ultramarines. »

Ce guide est dédié à l'investissement et au financement des start-up, comment la DGOM peut-elle intervenir sur ce point ?

Nous travaillons depuis des mois sur la mise en place d'un fonds d'innovation Outre-mer de plusieurs millions d'euros, pour les start-up ultramarines, en lien étroit avec la Banque des territoires. Nous avons pu constater la difficulté que représente une levée de fonds, dès lors qu'on dépasse le million d'euros, lorsqu'un entrepreneur veut développer sa start-up. Nous réunissons tous les partenaires, qu'il faut convaincre parce qu'évidemment, les Outre-mer charrient avec eux, qu'ils le veulent ou non, des a priori ou des préjugés. Charge à nous de lever les réticences pour apporter une bouffée d'air aux entrepreneurs. Et puis l'appétit vient en mangeant : quand on aura montré que tout ça c'est du concret et que ça entraîne des résultats, on pourra augmenter le fonds en faisant venir d'autres contributeurs.

DEPUIS 2009, OUTRE-MER NETWORK C'EST :

53,5

millions d'euros levés dans le
cadre du concours Innovation
Outre-mer

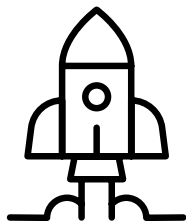
1 560

projets accompagnés



8 400

emplois pérennisés

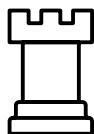
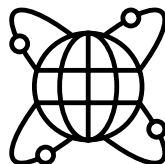


+ 75 %

de start-up ultramarines qui ont levé ont été
accompagnées par Outre-mer Network

12 000

salariés et entrepreneurs mis en réseau



1 300

entrepreneurs formés
à la stratégie d'entreprise

SOMMAIRE

1

Écosystème de l'innovation en Outre-mer ----- p.08

Interview avec Daniel Hierso,
président d'Outre-mer Network.

2

Panorama du financement privé ----- p.12

Avec qui financer sa start-up ?
Experts et investisseurs répondent.

3

Réussir sa levée de fonds ----- p.22

Des entrepreneurs ultramarins
livrent les étapes essentielles pour réussir.

4

Quelles solutions de financements privés ? ---- p.29

Témoignages par bassin géographique ultramarin.

Ce magazine est
consultable en ligne
gratuitement



« LA FRANCE EST ASSISE SUR UN TAS D'OR AVEC SES START-UP ULTRAMARINES ET NE S'EN REND PAS COMPTE »

SI, DEPUIS CES DIX DERNIÈRES ANNÉES, LES JEUNES POUSSÉS ULTRAMARINES SONT DE PLUS EN PLUS NOMBREUSES À ÉMERGER, LES INVESTISSEURS FRANÇAIS SONT, EUX, ENCORE FRILEUX. POURTANT, LES TERRITOIRES D'OUTRE-MER REGORGENT DE RESSOURCES, COMME L'EXPLIQUE DANIEL HIERSO, PRÉSIDENT D'OUTRE-MER NETWORK.

4 296

entreprises ont été créées dans les départements et régions d'Outre-mer, en 2022, selon BPI France. En haut du classement, l'île de La Réunion comptabilise 12 124 nouvelles jeunes pousses, ce qui représente 35 % des créations en Outre-mer sur l'année.

Cette année, le concours Innovation Outre-mer fête ses 10 ans.

Comment le secteur a-t-il évolué ?

Il y a trois choses à retenir sur les dix années écoulées. La première, c'est la montée en puissance d'écosystèmes qui étaient, à l'époque, très fragiles. La seconde est l'intérêt croissant des investisseurs hexagonaux pour nos entreprises. En 10 ans, nous avons levé 54 millions d'euros. C'est encore trop peu, et il y a beaucoup de travail à faire en termes de marketing territorial, mais les bons résultats des jeunes entreprises ces dernières années sont rassurants. Certaines start-up se sont bien revendues (exit), permettant ainsi une sortie correcte pour les investisseurs. La troisième chose à retenir est l'arrivée de nouveaux véhicules d'investissement dans le futur.



Il faut créer un climat de confiance. »

Ces fonds sont-ils assez nombreux ?

Il n'y a que trois fonds d'investissement privés opérationnels pour l'innovation dans les Outre-mer (CAOMIE Elevation capital, Smalt et Amazon Invest). C'est trop peu. Il faut créer de nouveaux véhicules, comme ça a été le cas en juin dernier avec Territoire d'innovation en Nouvelle-Calédonie, un fonds de 10 millions d'euros lancé par le gouvernement en partenariat avec Invest in Pacific. Chaque territoire ultramarin devrait disposer d'un fonds régional opéré par une société de gestion privée pour que nos start-up se développent. Il faudrait également mobiliser encore plus les Business Angels locaux car ce sont eux qui prennent le risque au final également.



© Karolynne Hubert

Le profil des porteurs de projets innovants a-t-il également changé en dix ans ?

Oui, ils sont plus matures (mais encore trop peu de sorties avec des séries A ou B), ils communiquent mieux et pensent global from start. Beaucoup de barrières techniques à l'entrée sont tombées. Aujourd'hui, l'entrepreneuriat est devenu « cool » alors qu'il y a 15 ans, c'était un sujet tabou. Sur les porteurs de projets innovants, on a encore un peu de travail à faire tous ensemble en matière de diversité dans certaines régions. La French Tech au national déploie tout un programme en faveur de la diversité. Les Outre-mer devraient être leaders sur ces sujets.

70

C'est le nombre de start-up recensées, en 2024, à La Réunion. Dix d'entre elles possèdent un fort potentiel de croissance. Huit start-up sur 10 déclarent un CA inférieur à 100 000 euros.

Note : Étude IEDOM, août 2025



Il y a urgence à orienter des capitaux français sur les zones ultramarines. »

Observez-vous encore des craintes liées au fait d'investir dans ces territoires ?

Ce n'est pas tant une question de crainte pour les fonds que de réflexe. On trouve encore, y compris au plus haut niveau de certaines institutions publiques, des investisseurs qui préfèrent botter en touche si le Siret d'une start-up est en Outre-mer. Pour ces personnes, l'Outre-mer, c'est l'étranger. D'autres s'imaginent que parce qu'ils n'ont pas d'équipe sur place, ils ne pourront pas organiser le suivi de leur participation. Il faut créer un climat de confiance. Pour cela, ceux qui investissent aujourd'hui doivent ressortir avec une plus-value. C'est ce climat de confiance qui va attirer de nouveaux capitaux.

Pourtant, les jeunes pousses ultramarines ont des atouts à faire valoir. D'ailleurs, les investisseurs étrangers l'ont compris...

On pense à tort qu'il n'y a pas de profondeur de marché sur ces territoires. Les investisseurs étrangers n'ont pas le même regard. Je vois des fonds franco-chinois qui développent la route maritime de la soie et qui veulent se positionner

sur le marché français en investissant en Outre-mer, notamment dans le Pacifique. C'est la même chose dans le bassin caribéen avec les États-Unis prêts à injecter des millions dans la région pour contrer les investisseurs chinois. Il y a urgence à orienter des capitaux français sur ces zones car sinon, nous allons voir de plus en plus de boîtes incubées en France avec des porteurs et créateurs de projets accompagnés par la France, mais dont la valeur ajoutée va à l'international. Les fonds ont d'autant plus d'intérêts à venir sur nos territoires que beaucoup cherchent des placements ESG (environnementaux, sociaux et de gouvernance). Or, en Outre-mer, nous sommes en première ligne sur ces sujets qu'il s'agisse de la BlueTech, des questions de changement climatique, de souveraineté alimentaire, énergétique ou de RSE (responsabilité sociale des entreprises).

Voyez-vous déjà des start-up qui accélèrent à l'étranger plutôt qu'en France ?

Oui, je peux citer Datarocks, une start-up réunionnaise spécialisée dans l'analyse de la data, qui a été vendue à la licorne américaine Dataiku, d'origine française. Solicaz, une start-up guyanaise qui travaille sur les biostimulants à partir de plantes, pourrait se faire racheter par un consortium brésilien où elle lève des fonds pour financer son développement. SmartBiotic, une start-up de la e-santé martiniquaise, nommée aux US sur le prestigieux Prix Galen à New York, voit sa solution être déployée au Canada avant d'arriver au CHU de Martinique. Il y a tout un tas d'exemples. La France est assise sur un tas d'or avec ses start-up ultramarines et ne s'en rend pas compte.

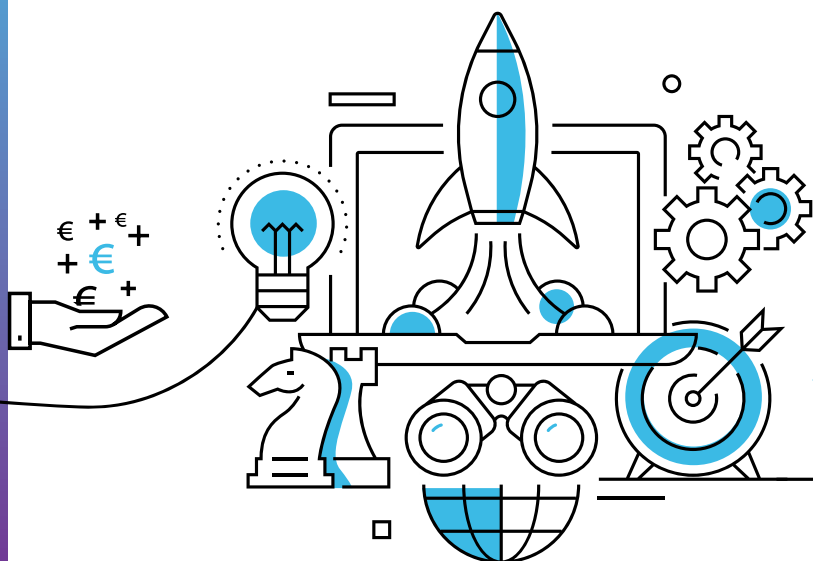


L'Outre-mer
compte

7 commu- nautés French Tech :

Guyane, Guadeloupe,
Martinique, Mayotte,
La Réunion,
Polynésie française
et Nouvelle-Calédonie.

FINANCER SA START-UP, AVEC QUI ?



EN FONCTION DE SA MATURITÉ, DE SON ACTIVITÉ ET DE SA TAILLE, DIFFÉRENTS ACTEURS PEUVENT ÊTRE SOLLICITÉS POUR RÉPONDRE AUX BESOINS DE FINANCEMENT D'UNE START-UP. ALAIN ESNAULT, PRÉSIDENT DE SPRINGBOARD CONSEIL (CONSEIL EN LEVÉE DE FONDS ET COACHING), PRÉSENTE LES DIFFÉRENTES SOLUTIONS ET LEURS SPÉCIFICITÉS POUR Y ACCÉDER.

IDENTIFIER LES PHASES DE FINANCEMENT D'UNE START-UP

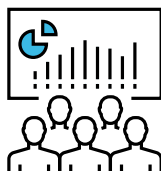
- 1.** Apport personnel de l'entrepreneur [preuve d'engagement]
- 2.** Love money [cercle familial et amis]
- 3.** Dispositifs publics [BPI, collectivités, subventions, avances remboursables]
- 4.** Business angels [tickets de 10 000 à 400 000 €]
- 5.** Fonds d'investissement et/ou family offices [tickets à partir de 500 000 € ou 1 M€]. Il existe aussi des fonds à impact avec des tickets entre 250 000 et 300 000 €.

BUSINESS ANGELS

- Clubs d'investisseurs privés : due diligence légère, pitch devant un comité ;
- Entre 2 semaines et 6 mois pour obtenir un engagement ;
- Ticket moyen : rarement au-delà de 100 000 € ;
- Comparable au crowdfunding « réservé » ;
- Rôle d'amorçage avant l'arrivée de fonds plus importants.

FONDS D'INVESTISSEMENT

- Levée de capitaux auprès d'institutionnels, de clients fortunés et d'organismes publics ;
- 3 à 9 mois pour obtenir un engagement ;
- Durée de vie classique : 10 ans (5 ans pour investir, 5 ans pour désinvestir + extensions possibles) ;
- Taille minimale d'investissement : généralement ≥ 1 M€ par dossier ;
- Vision : promesse d'accompagnement et de doublement du capital investi ;
- Processus de sélection : environ 400 dossiers reçus
→ 200 éligibles
→ 60–80 screening
→ 25 due diligence
→ 2 closes par an.



Les
conseils
d'**Alain**
Esnault aux
entrepreneurs
ultramarins

→ **Connaître** les phases de financement et les attentes des investisseurs est crucial ;
→ **Débuter** la discussion avec des investisseurs avant d'avoir un besoin urgent de cash ;
→ **Donner** des repères chronologiques et relationnels (pitches, salons, événements) ;

→ **Oser** cibler des business angels et fonds métropolitains en valorisant l'ambition de croissance ;
→ **Utiliser** un conseil pour structurer et fluidifier le process.

FAMILY OFFICES

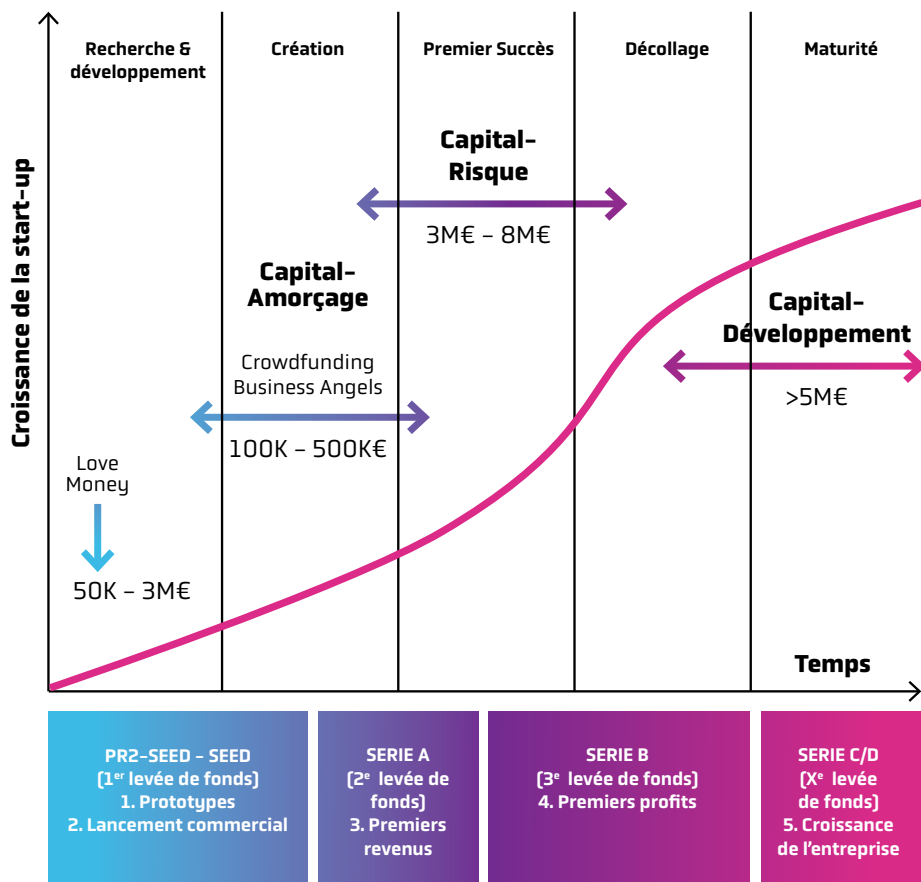
- Capitaux d'une ou plusieurs familles : deux grands types :
 1. Multi-family offices ou corporate : fonctionnement proche d'un fonds classique ;
 2. Family offices « historiques » où la famille fondatrice reste décisionnaire.
- Avantages :
 - Possibilité d'investir sur un horizon long (pas de date de clôture à 10 ans) ;
 - Approche industrielle, ouverture réseau, accompagnement opérationnel.
- Inconvénient : présence plus forte et attentes de ROI plus importantes.



CROWDFUNDING ET CROWD EQUITY

- Crowdfunding : financement via une foule sur des plateformes Internet ;
- Crowdlending (prêt) bien implanté en financement immobilier, aujourd'hui ralenti (WE DO GOOD, Lita, MiiMOSA) ;
- Crowd equity : sous-ensemble, investissement en actions de start-up (Sparkup) ;
- Difficulté pour les start-up déficitaires d'obtenir des prêts (remboursement négatif).

LES PHASES DE FINANCEMENT EN FONCTION DU CYCLE DE VIE DE LA START-UP



TREMPLIN CAPITAL : UN MICRO-FONDS À GRAND IMPACT

DESTINÉ AUX START-UP DONT LE SIÈGE SOCIAL SE TROUVE DANS UN QUARTIER PRIORITAIRE DE LA VILLE (QPV), DANS L'HEXAGONE COMME EN OUTRE-MER, LE MICRO-FONDS SOUHAITE SE DÉVELOPPER À L'AVENIR POUR FINANCER ENCORE PLUS D'ENTREPRISES.



© Franck Jeanin

Malia Metella, Daniel Hierso et Alice Bonhomme-Biais.

Faciliter l'entrepreneuriat dans les quartiers en difficulté, c'est la mission que s'est fixée Malia Metella, ex-championne olympique de natation, et son équipe avec le micro-fonds d'investissement Tremplin Capital. Ce dernier agit aussi bien en France hexagonale que dans les départements ultramarins : « Nos seules conditions sont que le siège social de l'entreprise soit dans un QPV et qu'il s'agisse d'une start-up à impact, c'est-à-dire qui s'engage à avoir un impact positif sur la société et la planète », indique-t-elle. Le ticket d'investissement va de 30K à 100K euros et sert au pré-amorçage des entreprises.

Huit start-up ont déjà pu profiter de l'appui de Tremplin Capital dont Smartbiotic, la start-up martiniquaise fondée par Mathieu Raad et qui rayonne aujourd'hui au Canada. L'entreprise aide à la prescription des antibiotiques. Autre exemple de réussite, cette fois à La Réunion, avec

Crowdaa, créée par Vigile Hoareau et qui aide les non-développeurs à fabriquer une application pour leur business à gérer seuls, grâce à une interface intuitive. « Nous n'avons pas de secteur de prédilection. Nous pouvons financer une entreprise tech, comme une entreprise tournée vers l'alimentation ou la santé », précise Malia Metella¹.

Au-delà de l'investissement

Au-delà de la prise de risque financière, Tremplin Capital joue également un rôle de conseil pour les entrepreneurs qui tentent leur chance : « On ne finance pas tout, mais nous avons toujours un rôle de conseil. On peut aiguiller les porteurs de projet sur ce qui n'allait pas dans leur pitch. Pour les entreprises avec lesquelles nous nous engageons, nous essayons d'avoir un rôle de facilitateur en leur donnant des contacts au sein de la Banque publique d'investissement (BPI) ou de la Banque des territoires pour qu'ils accèdent à d'autres financements. » Une démarche qui distingue Tremplin Capital des autres micro-fonds. « Nous souhaitons désormais passer à l'étape supérieure en devenant un fonds d'investissement. Cela nous permettrait d'avoir des tickets plus importants, au-delà des 100 000 euros, pour investir dans des entreprises », conclut l'ex-championne olympique.

[1] Les 6 autres start-up sont : Louise, Mwheel, Bloom alternance, Koove, Welcome account et Clean mob.

CAOMIE : LE FONDS DÉDIÉ À L'OUTRE-MER



Benoît Sola, gérant en charge des investissements ultramarins au sein d'Elevation Capital Partners.

Le Groupe Inter Invest accompagne depuis plus de 30 ans les entreprises ultramarines dans leurs différents projets de développement. En 2015, le groupe a créé Elevation Capital Partners, sa société de gestion, qui a depuis levé plus de 850 M€ et développé plusieurs stratégies d'investissement, dont une dédiée aux entreprises des Outre-mer. Aujourd'hui, cette verticale représente près de 50 participations et plus de 120 M€ d'encours sous gestion. Dans cette continuité, le FPCI CAOMIE a été lancé début 2024 sous l'impulsion et avec le soutien des Caisses régionales du Crédit Agricole de Martinique-Guyane et de La Réunion-Mayotte qui sont les principaux investisseurs du fonds,

avec un engagement global de 20 M€.

« Sur cette thématique ultramarine, depuis une dizaine d'années, nous avons fait plus de 80 investissements », commente Benoît Sola, gérant en charge des investissements ultramarins au sein d'Elevation Capital Partners. « Nous avons une vraie volonté de nous inscrire dans l'accompagnement et le financement des entreprises sur les territoires. »

Le FPCI CAOMIE en 5 points clés

1 Objectifs et stratégie d'investissement

- Amorçage (15-20 % du fonds) : sociétés jeunes ayant validé leur business model, en recherche de capital pour accélérer.
- Capital développement (50 %) : entreprises en croissance et rentables ayant tout type de projet de développement.
- Transmission (30 %) : acquisition d'entreprises, restructurations capitalistiques et diverses opérations de haut de bilan.

2 Montants et tickets

- Ticket minimum en amorçage : 300-400 K€.
- Ticket capital développement et transmission : à partir de 500 K€ et jusqu'à 4-5 M€ en co-investissement avec les autres fonds Outre-mer sous gestion.

3 Cibles géographiques et critères

- Territoires couverts : Martinique, Guyane, La Réunion et Mayotte.

Les autres fonds Outre-mer sous gestion interviennent sur l'ensemble des territoires ultramarins.

- Société ayant son siège social ou activité principale en Outre-mer avec des retombées positives pour le territoire.

4 Processus de sourcing et d'accompagnement

- Dealflow : Caisses du Crédit Agricole, Groupe Inter Invest, divers intermédiaires (conseils M&A, experts comptables, CAC, etc.), visites dans les territoires 1-2 fois/an, réseau de l'équipe de gestion, recommandations des

dirigeants accompagnés, réseau d'entrepreneurs, recommandations bancaires et d'incubateurs (notamment les Villages by CA).

- Sélection : structuration préalable, plan d'affaires clair, maturité de l'équipe dirigeante, business model prometteur, etc.

5 Durée et sortie du fonds

- Période d'investissement : 5-6 ans selon les projets et sociétés accompagnés ;

Sorties en capital :

- rachat par les actionnaires existants
- entrée de nouveaux investisseurs (managers, etc.)
- cession industrielle

Sorties en obligations convertibles (OC) :
remboursement à l'échéance

Exemples de participations et opérations du FPCI CAOMIE

CAOMIE détient à date 6 participations, dont :

• ClikOdoc

Plateforme digitale conçue pour fluidifier et optimiser le parcours de soins des patients, des professionnels de santé et des établissements médicaux, ClikOdoc est une start-up opérant principalement en Martinique. La société compte plus de 830 000 patients utilisateurs et plus de 800 professionnels de santé et établissements médicaux sur sa plateforme, levée de fonds co-financée par BPI ;

• Maia Village

Principal réseau de crèches en Guyane, également présent en Guadeloupe, Maia Village est un groupe familial répondant aux besoins essentiels des familles en matière d'accueil du jeune enfant et également de formation médico-sociale avec une capacité totale proche de 500 berceaux.

- **Autre exemple :** Accompagnement dans une opération de transmission et de restructuration du capital, illustrant le rôle du fonds dans la pérennisation des entreprises locales.

L'INVESTISSEMENT À IMPACT AVEC INCO

LE GROUPE INCO A ÉTÉ CRÉÉ IL Y A 15 ANS, PAR NICOLAS HAZARD, AUTOUR D'INCO VENTURES, UNE SOCIÉTÉ DE GESTION PIONNIÈRE DE L'INVESTISSEMENT À IMPACT. LES ENTREPRENEURS D'OUTRE-MER FONT DÉSORMAIS PARTIE DE LEUR CHAMP D'ACTION.

« Dès le départ, l'idée était de transformer l'économie en permettant l'investissement dans des entreprises vertueuses pour l'humain ou pour l'environnement. Donc, les entreprises à impact social ou environnemental », explique Guilhem Pradalié, vice-président France chez INCO. Si l'aventure a commencé par l'investissement à impact, INCO a depuis largement étendu ses activités et propose notamment des programmes d'accompagnement à l'entrepreneuriat.

Il y a deux ans, INCO découvre le concours IOM et les entrepreneurs ultramarins « qui répondent à nos thématiques à impact ». « Le moteur d'un entrepreneur est souvent de répondre à un besoin et une problématique de son quotidien : lorsque l'on vit dans des territoires insulaires, on est confronté à des enjeux d'adaptation au risque climatique ou à l'accès à l'énergie, par exemple. Ce sont des territoires propices à la création d'entreprise et à l'innovation dans le domaine de l'impact », constate Guilhem Pradalié.

Un fonds d'investissement dédié à l'Outre-mer

Depuis deux ans, en étroite collaboration avec Outre-mer Network, la DGOM, la Banque des Territoires, INCO travaille à la création d'un fonds d'investissement dédié aux Outre-mer. « Ce serait une première et ça répond à un vrai besoin pour accompagner les entrepreneurs ultramarins, dont les projets sont trop peu financés aujourd'hui », assure Guilhem Pradalié. En Outre-mer, INCO a par ailleurs déjà investi dans deux entreprises : la première à La Réunion (Educ-Up) et la seconde en Martinique (Arcavs). « Dans le futur, INCO s'intéressera en priorité à des entreprises qui ont déjà démontré leur capacité à générer un chiffre d'affaires, s'appuient sur un concept solide et portent en elles un potentiel de croissance. »

Incomplex : un programme d'accompagnement Outre-mer

INCO a lancé, en septembre dernier, la première promotion du programme Incomplex Outre-mer dans le cadre de l'initiative « Entrepreneuriat quartiers 2030 » opérée par BPI France. Cet accélérateur, déployé en Guadeloupe, Martinique, à La Réunion et en Polynésie française, a pour objectif de renforcer les porteurs de projet à impact pour en faire des entreprises durables et engagées. Durant douze mois, les 13 entrepreneurs retenus bénéficient d'un accompagnement gratuit et complet autour des compétences techniques, du financement et de la posture de dirigeant. Le profil ? Une entreprise en activité depuis au moins 3 ans et réalisant 30 000 euros de chiffre d'affaires. Deux autres promotions seront recrutées lors d'appels à projet publiés d'ici fin 2026.



www.inco-group.co/fr

COMPRENDRE LES ATTENTES DES INVESTISSEURS AVEC ÉLISABETH MORENO, PRÉSIDENTE DE RING AFRICA



©Mélanie Robin

3 CONSEILS POUR BIEN APPROCHER UN INVESTISSEUR

> Approchez un investisseur comme un partenaire, pas comme un guichet.

L'investissement n'est pas une transaction, c'est une alliance de long terme entre votre vision et un capital. Un bon investisseur ne se contentera pas de financer : il va s'engager, vous challenger, vous soutenir... Montrez que vous cherchez une relation, pas juste un chèque.

> Faites de la clarté votre arme fatale !

Savoir expliquer ce que vous faites, pourquoi c'est important et comment cela va changer le monde, en quelques phrases, est un véritable signe de maturité entrepreneuriale. L'investisseur cherche à comprendre votre ambition, pas à la deviner. Soyez simple et impactant ; c'est ainsi que vous lui donnerez envie d'aller plus loin.

> Portez une vision qui dépasse votre « simple » produit.

Les entreprises qui durent sont celles qui ont compris leur rôle dans la société. Les entrepreneurs qui séduisent les investisseurs ne vendent pas seulement un marché : ils incarnent un sens, une mission, une éthique. L'argent aime les personnes convaincues !

3 ERREURS À ÉVITER ABSOLUMENT :

> Croire que lever des fonds est une fin en soi.

Une levée ne valide pas votre modèle, elle le met à l'épreuve. Beaucoup d'entrepreneurs se battent pour lever des fonds mais peu se préparent à délivrer. Le vrai succès commence après la signature, quand il faut transformer la promesse en performance.

> Nier ses zones d'ombre.

Les investisseurs aguerris peuvent accepter les failles mais ils n'aiment pas le manque de lucidité. Reconnaître ses incertitudes, ses erreurs ou ses besoins de renfort n'est pas une faiblesse, c'est un signe de responsabilité.

> Oublier que la confiance se cultive avant le capital.

Un investisseur ne s'engage pas sur un super PowerPoint mais sur une impression durable. Chaque discussion, chaque mail et chaque attitude compte. La confiance est quelque chose de fragile, vous devez la cultiver et la protéger comme tout lien humain important.

COMPRENDRE LES ATTENTES DES INVESTISSEURS

AVEC **SYLVAIN MAKAYA**,
PARTNER CHEZ NEW ALPHA ASSET MANAGEMENT



3 CONSEILS POUR BIEN APPROCHER UN INVESTISSEUR

- > Anticiper la levée de fonds / Ne pas lever trop tard (quand on est short en cash).
- > Savoir être ultra-synthétique et transparent.
- > Savoir lui expliquer comment il va « sortir » / Gagner de l'argent.

3 ERREURS À ÉVITER EN PRÉPARATION OU EN COURS DE LEVÉE

- > Être impatient (une levée prend 9 mois en moyenne).
- > Ne pas lever assez d'argent.
- > Éviter de parler des problèmes (il y en a toujours) ou mentir.

AVEC **ANTOINE MICHEL**,
PARTNER CHEZ IMPACTIVIST (EX INVESTIR&+)

3 CONSEILS POUR BIEN APPROCHER UN INVESTISSEUR

- > Bien se renseigner sur la thèse du fonds : secteur, maturité, taille des tickets.
- > Préparer une documentation très claire et autoportante : teaser, deck, support de présentation orale, BP Excel avec les hypothèses de revenus.
- > Cibler en priorité les investisseurs capables de prendre le lead sur votre levée et qui n'ont pas de participations concurrentes directes de vous.

3 ERREURS À ÉVITER EN PRÉPARATION OU EN COURS DE LEVÉE

- > Ne pas être capable de pitcher clairement en 1 minute et 15 minutes.
- > Ne pas maîtriser son BP et les principaux chiffres et hypothèses, avoir confié sa conception à un expert-comptable.
- > Aller pitcher à plusieurs avec 1 ou plusieurs personnes qui ne prennent quasiment pas la parole.



AVEC LAURENCE MÉHAIGNERIE, CO-FONDATRICE DE CITIZEN CAPITAL

3 CONSEILS POUR BIEN APPROCHER UN INVESTISSEUR

> Structurez une présentation claire et percutante

- Préparez un pitch qui accompagne le business plan : projet et vision, problème, solution apportée, traction commerciale... Soyez précis sur la somme recherchée, l'utilisation des fonds et le plan d'exécution à 18-24 mois.
- Arrivez avec une histoire claire et incarnée : quel problème résolvez-vous ? Pourquoi maintenant ? Pourquoi vous ? La narration fait une grande différence.
- Soyez convaincant sur les barrières à l'entrée : démontrez la capacité de la start-up à protéger son marché et à sécuriser ses revenus face à la concurrence sur le moyen terme.

> Montrez de la traction — même modeste — et de la maîtrise

L'investisseur sera toujours rassuré par votre attention au client. Si vous êtes au tout début de la commercialisation, présentez les premiers retours clients.

> Montrez ouverture et capacité à écouter

- Soyez transparent et aligné sur vos valeurs : n'hésitez pas à exprimer les faiblesses du projet et les axes d'amélioration que vous identifiez.
- Montrez que vous êtes prêt à intégrer les feedbacks.
- Une relation de confiance s'installe dans le temps : même entre deux rendez-vous ou en cas de refus temporaire, s'il voit vos progrès, il sera intéressé pour poursuivre la discussion.

3 ERREURS À ÉVITER EN PRÉPARATION OU EN COURS DE LEVÉE

> Mal cibler ses investisseurs

Envoyer un pitch de masse à une liste générique. Il est important de vous adresser uniquement aux investisseurs dont la stratégie et les critères correspondent à votre projet. Vous risquez sinon de détériorer votre réputation et de manquer votre objectif. À l'inverse, évitez les mails très longs en première approche.

> Manquer de préparation et de clarté stratégique

Une levée de fonds exige une préparation méticuleuse qui va au-delà d'un simple pitch deck. L'erreur serait d'arriver avec un pitch trop descriptif, pas assez stratégique.

> Négliger l'importance de l'équipe fondatrice (ou se présenter seul)

Les investisseurs mettent l'équipe au cœur de leur décision, surtout en phase d'amorçage. L'erreur serait de se présenter en solo si vous êtes 3 fondateurs ou d'être présents à plusieurs mais avec une seule personne qui parle ou encore d'avoir une équipe aux compétences non-complémentaires où avec des grandes différences de participation au capital non expliquées. Les investisseurs investissent dans des personnes avant d'investir dans une idée. Une équipe forte, compétente et alignée est un facteur décisif.

RÉUSSIR SA LEVÉE DE FONDS EN 5 ÉTAPES

LEVER DES FONDS DEPUIS UN TERRITOIRE D'OUTRE-MER
PEUT ÊTRE UN VRAI PARCOURS DU COMBATTANT. MAIS
PAS IMPOSSIBLE À SURMONTER : LA PREUVE, CERTAINS
Y PARVIENNENT. TROIS D'ENTRE EUX TÉMOIGNENT.



Shirley Billot,
fondatrice de Kadalys.



Jean-Christophe Habot,
fondateur de Feelbat.



Rodolphe Emmanuel,
fondateur de KlikOdoc

Lever des fonds ne s'improvise pas : le parcours est long et demande de la ténacité. Surtout, il doit se mener au bon moment. Lever des fonds n'est pas un passage obligé mais c'est un véritable atout à certaines étapes de développement de votre entreprise. « Il faut s'interroger sur le moment où on se lance là-dedans », insiste Rodolphe Emmanuel, fondateur de ClickOdoc, plateforme de prise de rendez-vous en ligne, disponible en Guadeloupe, Martinique et à La Réunion, et qui a levé, en mai 2025, 1,1 million d'euros.

S'ACCULTURER POUR PRÉPARER SA LEVÉE DE FONDS

1

Si l'on manque de culture financière, mieux vaut l'acquérir ou se faire accompagner par quelqu'un de confiance et qui maîtrise le sujet. Avant la levée de fonds, il faut de toute façon assurer un business plan qui tienne la route, c'est même la première étape pour rentrer dans l'ingénierie financière. « Si le système qu'on présente aux investisseurs n'est pas "scalable", ne montre pas de récurrence, il faut le questionner », assure Jean-Christophe Habot, fondateur de Feelbat, une start-up réunionnaise qui propose des capteurs connectés pour monitorer l'état des bâtiments. Il a déjà levé 1,5 million d'euros en 2024 et travaille à une seconde opération. C'est aussi l'élément qui permet de jauger de manière tangible si la levée de fonds est pertinente : le business plan donne la route à suivre mais identifie aussi les sources de financements. « Depuis des années, je monte seule mes dossiers de financement et mes demandes d'aides, c'est un peu devenu ma signature. En revanche, je suis bien entourée d'avocats et d'experts-comptables pour les due diligences (les vérifications faites par les investisseurs avant de signer un contrat, NDLR) », rappelle pour autant Shirley Billot, fondatrice de Kadalys, une entreprise de cosmétiques issus des sous-produits de la banane et lauréate de France 2030 cette année, avec 4,5 millions d'euros à la clé.

VALIDER UN PITCH

2

L'étape est cruciale, de l'avis de tous ceux qui tentent l'entrepreneuriat. Cruciale pour l'amorçage de la société. Cruciale pour les candidatures dans des incubateurs ou pépinières. Et bien sûr, cruciale pour la levée de fonds. « Le pitch ? C'est le truc qui montre à quel point le packaging a un impact aussi fort que le reste, par rapport à il y a 10 ou 15 ans », sourit Rodolphe Emmanuel. Un texte à écrire, presque comme un morceau de théâtre, un sketch à répéter des dizaines et des dizaines de fois, seul, devant son miroir, mais aussi devant des gens, toujours différents. C'est aussi le moment où l'énergie de la personne qui porte le projet se dévoile. « J'ai vite compris que pour convaincre, que ce soient des investisseurs ou des fonds publics, il fallait que ce soit moi. [...] Je maîtrise mes activités, la science, l'industrie comme la finance, et c'est ce qui me permet de défendre chaque aspect du projet », complète Shirley Billot.

3

IDENTIFIER LES BONS INVESTISSEURS ET LES CONVAINCRE

Chaque projet ne pourra pas être porté par les mêmes financements, surtout en Outre-mer où les investisseurs privés sont peu nombreux, voire inexistants. « C'est toujours bien de connaître sa place financière, et d'aller voir, notamment pour nous, dans la sphère parisienne, voire hexagonale », souligne Jean-Christophe Habet. « Pour ma part, j'ai privilégié des investisseurs qui comprenaient vraiment nos trois axes "R&D, marque et industrie" et qui partageaient notre vision à long terme », indique Shirley Billot qui a choisi un montage avec plusieurs dispositifs, dont un "volet participatif" et des investisseurs internationaux. Et si pour les contacter, toutes les méthodes sont valables, la conversation doit se fonder sur des bases solides qui montrent la maîtrise du sujet. « C'est aussi le moment où on doit montrer la face cachée du projet, où on inclut son équipe, et tout ce qui fait le projet », rappelle Jean-Christophe Habet.

4

CONTRACTUALISATION : UN MOMENT DÉLICAT

« C'est le moment d'être résilient, persévérant ! », martèle Rodolphe Emmanuel. Entre le contact avec les investisseurs et une signature de contrat, plusieurs mois peuvent s'écouler : les investisseurs étudient les moindres détails de la situation financière, il faut répondre à toutes leurs questions pour les rassurer sur la solidité du projet. « Le piège, c'est quand on a la lettre d'intention, signée des investisseurs : c'est un moment où on est content, où on veut aller vite, mais il vaut mieux prendre son temps », avertit-il. « C'est le moment de réfléchir à ce qu'on veut lâcher ou non, ou encore à la clause de liquidité préférentielle qui garantit aux investisseurs professionnels de récupérer un certain multiple de leur investissement de départ. »

CLÔTURER LA LEVÉE DE FONDS

5

Une fois toutes les négociations menées, leurs résultats doivent être traduits juridiquement, dans les statuts de l'entreprise par exemple. Cela prend à nouveau un certain temps mais c'est une étape préalable à la signature, qui précède elle-même le versement des fonds, étape finale de la levée, qui ouvre, elle, un nouveau chapitre de la vie de l'entreprise. « L'entrepreneuriat, c'est de la vision, de la conviction et beaucoup de résistance. Et quand on vient de l'Outre-mer, on a déjà tout ça dans le sang », conclut Shirley Billot.

5 QUESTIONS À... KELLY MASSOL

**GADELOUPÉENNE,
FONDATRICE DES SECRETS DE
LOLY ET JURY DE L'ÉMISSION
QUI VEUT ÊTRE MON ASSOCIÉ.**



Quels conseils donneriez-vous à un entrepreneur ultramarin qui envisage une levée de fonds ?

La première chose, c'est de comprendre que la levée de fonds est un marathon, pas un sprint. Il faut de la patience, de la persévérance et surtout une vision solide. Arrivez avec des chiffres clairs, un marché bien compris et un vrai besoin identifié. Et n'ayez pas peur de défendre votre histoire : en Outre-mer, on apprend très tôt à faire beaucoup avec peu, et ça, les investisseurs le respectent.

Avec quel capital de départ une start-up peut-elle se lancer ?

On peut commencer petit. Ce qui compte, ce n'est pas le montant mais la capacité à tester rapidement son idée. Avec quelques milliers d'euros, un prototype et une validation marché, on peut déjà poser les premières briques. Après, tout dépend de l'ambition : certaines entreprises nécessitent 5 000 €, d'autres 50 000 €. L'essentiel, c'est de démarrer en étant malin et focalisé sur l'impact.

Quel est l'atout majeur des entrepreneurs ultramarins ?

Leur résilience. Je le vois partout : une capacité incroyable à rebondir, à inventer des solutions là où d'autres voient des obstacles. Les entrepreneurs ultramarins ont aussi une connexion très forte à leur culture, à leur territoire, à leur communauté. Ça donne des projets profondément authentiques et ça, c'est un avantage compétitif.

Quelle est la clé pour une start-up ultramarine pour percer ?

Ne jamais s'enfermer sur son territoire. L'ancrage local est une force, mais la vision doit être globale. Il faut penser scalabilité, collaborations extérieures, outils numériques et surtout s'entourer de mentors et d'experts. Les entreprises qui percent sont celles qui osent sortir, pitcher, apprendre, et revenir encore plus fortes.

Quel message adresseriez-vous à ceux qui échouent ?

J'ai envie de dire : bienvenue au club. L'échec n'est pas une fin, c'est une étape. On grandit, on affine, on apprend. Ce qui compte, c'est ce que vous faites après : se relever, réajuster, recommencer. Vous n'avez pas échoué, vous avez pris une information précieuse. Et cette information-là va vous rapprocher de votre prochaine réussite.

EXIT : FOCUS SUR **DATAROCKS**, START-UP RÉUNIONNAISE RE VENDUE À L'INTERNATIONAL



EN 2021, L'ENTREPRISE RÉUNIONNAISE DATAROCKS, SPÉCIALISÉE DANS LE DATA STORYTELLING, A ÉTÉ RACHETÉE PAR LA SOCIÉTÉ AMÉRICAINE DATAIKU. UNE RÉUSSITE MADE IN LA RÉUNION.

Ludovic Narayanin n'avait que 27 ans quand il a créé Datarocks, à La Réunion. « Nous avons démarré en proposant des tableaux de bord pour le pilotage des entreprises », raconte l'entrepreneur, qui avait suivi des études dans l'informatique et la data, avant de travailler dans des sociétés de services. En 2019, Datarocks a finalement pivoté pour se spécialiser dans le data storytelling. « Il y avait de gros concurrents sur notre marché. Nous avons donc développé un nouvel outil, connecté aux datas des entreprises afin de présenter leurs données statiques de manière dynamique, en comité de direction par exemple. »

Une nouvelle solution qui a séduit prospects et fonds d'investissement. En 2019, Datarocks a ainsi levé 750 000 euros auprès d'Apicap pour développer cet outil et le lancer commercialement. « Ça nous a permis de renforcer l'équipe. Nous sommes passés à 10 salariés à La Réunion », précise l'entrepreneur. Pour continuer à déployer son outil, Datarocks a voulu se rapprocher de partenaires commerciaux comme Dataiku, la société américaine spécialisée dans la science des données, fondée à Paris. « Le dirigeant s'est intéressé à notre produit et nous a proposé de rejoindre le groupe. Les conditions financières étaient intéressantes et il a accepté de conserver nos équipes à La Réunion », précise le dirigeant, qui ne communique pas sur le montant du rachat de Datarocks.

« Briller à l'international »

Une aubaine pour le fondateur de la start-up qui a ainsi vu sa technologie, née en Outre-mer, « briller à l'international ». « Dataiku était une très grosse référence dans notre domaine. » Aujourd'hui, la majorité de l'équipe réunionnaise travaille toujours pour la société américaine. Ludovic Narayanin, lui, a quitté le groupe deux ans après l'avoir intégré. « C'était une super aventure, d'être manager d'une business unit dans un grand groupe. Mais je reste avant tout

un entrepreneur et je voulais créer de nouveaux projets. »

Le fondateur de Datarocks s'est donc penché sur une nouvelle solution : une plateforme d'analyse promotionnelle pour les marques de la grande distribution, qui leur permet d'avoir un outil de veille concurrentielle et de savoir si les promotions pratiquées par les grandes surfaces correspondent à leurs cahiers des charges. « Grâce à la vente de Datarocks, je lance une deuxième start-up avec un peu plus de moyens », précise l'entrepreneur qui, en parallèle, a investi, via un fonds d'investissement, dans plusieurs start-up.

Trois conseils pour réussir un « exit » :

► **Être résilient.** « L'aventure start-up peut durer plusieurs années, il y a des hauts mais surtout beaucoup de bas. »

► **Avoir un produit à valeur ajoutée.** « Le monde des start-up est avant tout un monde technologique. L'idée est d'avoir un vrai produit différenciant, avec des bases solides. C'est ce qui intéressait Dataiku. »

► **Sortir de sa zone de confort.** « Quand j'ai démarré, je n'avais aucun réseau. En allant vers les gens, on arrive à avoir des opportunités. C'est grâce à une personne de mon réseau parisien que je suis entré en contact avec le dirigeant de Dataiku. »

Outre-Mer

vol 1 | by EWAG | **Innovation**

EWAG®

AU CŒUR DES TERRITOIRES
ULTRAMARINS



Feuilletez notre hors-série en ligne



A map of French overseas territories is shown in white against a blue background. The territories are arranged in a circular pattern around the central text. The territories include French Guiana, Martinique, Guadeloupe, French Polynesia, New Caledonia, and Réunion.

Les solutions de financements privés

Aux
Antilles-Guyane
P.30

Dans
le Pacifique
P.38

Dans
l'Océan Indien
P.40

AMAZON INVEST

CRÉÉE EN 2024, AMAZON INVEST EST UNE STRUCTURE PRIVÉE AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT ÉCONOMIQUE DES ANTILLES-GUYANE. EXPLICATIONS AVEC PIERRE-ANTOINE GOUBET, PRÉSIDENT, ET KEITA STEPHENSON, ASSOCIÉ EXÉCUTIF.



Pierre-Antoine Goubet,
président



Keita Stephenson,
associé exécutif

Présentation et géographie du fonds

« Amazon Invest est une plateforme d'accompagnement stratégique et financier, active sur le territoire des Antilles, de la Guyane et de Saint-Martin. Né du constat du manque de structuration préalable permettant d'accéder aux financements adaptés, le dispositif a été créé sous forme de SAS, avec un statut de conseiller en investissement financier (CIF). Il est adossé à une société de gestion française, agréée par l'AMF, qui peut mobiliser un véhicule d'investissement pour certains projets. Son objectif : accompagner les dirigeants, à toutes les étapes de la vie de leur entreprise. »

Secteurs d'activité et ticket d'investissement

« Amazon Invest cible les PME dans une

grande diversité de secteurs : sécurité, biostimulants, santé, logistique, formation, aquaculture, bioénergie ou encore cosmétique. Les critères clés sont la performance future attendue, l'étude des bilans passés s'ils sont disponibles, et surtout l'analyse des prévisionnels. Les besoins de financement que nous étudions sont supérieurs à 500 000 €, avec des dossiers pouvant atteindre plusieurs millions d'euros lorsque des investisseurs partenaires sont sollicités. L'objectif est de suivre une quinzaine d'entreprises sur un cycle long : deux à trois ans pour structurer, cinq ans pour accompagner, puis une phase de sortie. »

Accompagnement financier et stratégique

« Amazon Invest ne finance pas directement les PME mais prépare, structure et sécurise les projets pour des investisseurs privés, français ou étrangers, qui entrent au capital généralement en minoritaire. Les instruments qu'ils privilégient sont les quasi-fonds propres, notamment des obligations convertibles en actions. Les PME locales sont souvent sous-capitalisées, ce qui offre un effet de levier important, renforcé par les dispositifs fiscaux et sociaux proposés en Outre-mer. Les modalités de sortie sont définies dès l'entrée pour garantir une visibilité aux entrepreneurs. Mais notre accompagnement ne se limite pas à l'aspect pécuniaire : nous proposons surtout un appui stratégique, formant et conseillant les dirigeants pour renforcer leur crédibilité auprès des partenaires bancaires et financiers. L'objectif est un modèle gagnant-gagnant, où la valorisation bénéficie autant à l'investisseur qu'à l'entrepreneur, qui pourra racheter les parts lors de la sortie. »



www.amazoninvest.fr/

CARAÏBES ANGELS

EN SOUTIEN DES ENTREPRISES EN DÉVELOPPEMENT

SPÉCIALISTE DE LA MISE EN RELATION AVEC DES BUSINESS ANGELS, LE RÉSEAU CARAÏBES ANGELS VIENT RÉPONDRE AUX BESOINS DE FINANCEMENT QUE RENCONTRENT CERTAINES SOCIÉTÉS ULTRAMARINES ENCORE JEUNES, MAIS DÉJÀ STRUCTURÉES.

Faire matcher des entreprises innovantes dans les Caraïbes avec des business angels. C'est la mission que se fixe l'association Caraïbes Angels. « Les investisseurs prennent des parts aux côtés des actionnaires majoritaires du porteur du projet. Nous sommes sur des tickets minimum de 30 000 à 50 000 euros », précise Lionel Lombard, président de Caraïbes Angels. Émanation dans les Outre-mer de France Angels, l'association accompagne depuis 2007 entre deux et trois entreprises par an qui œuvrent dans des secteurs aussi variés que le tourisme, le négoce ou la distribution alimentaire. « Un premier échange a lieu avec le porteur de projet pour examiner son business plan. Nous intervenons sur des entreprises mûres, qui ont besoin de se développer. Cela sous-entend qu'il faut déjà avoir quelques euros de chiffre d'affaires, un historique à nous communiquer, un système d'encadrement et de facturation ainsi qu'une identité juridique. Nos critères sont moins stricts que ceux des banques, mais puisque les investisseurs vont prendre part au capital, il faut procéder à une analyse sérieuse de la société », ajoute-t-il.

Une réponse au financement des entreprises caribéennes

Passée cette phase de sélection, les entreprises sont mises en relation avec les business angels pour qu'ils investissent. Un public qui se compose de chefs d'entreprise ou d'anciens professionnels à la retraite, prêts à accompagner de jeunes pousses et qui connaissent la région. Le cash plan, c'est-à-dire l'usage des fonds qui vont être alloués, est l'un des autres points essentiels à présenter à l'association. « C'est important car les investisseurs ont besoin de comprendre où va leur argent », souligne Lionel Lombard. Présent en Martinique, en Guadeloupe et à Saint-Martin, Caraïbes Angels vient répondre à une forme d'inadéquation entre les demandes exigées par certains acteurs institutionnels pour financer les jeunes entreprises (banques, subventions publiques...) et ce que ces dernières peuvent produire comme garanties dans un contexte ultramarin. Pour soumettre leur projet, les sociétés peuvent envoyer un dossier présentant leur business à l'adresse e-mail suivante : contact@caribesangels.org

**caraibes
angels**
www.caraibesangels.org

www.caraibesangels.org/

GDI, ACCÉLÉRATEUR DE CROISSANCE

GUYANE DÉVELOPPEMENT INNOVATION (GDI), CRÉÉE PAR LA COLLECTIVITÉ TERRITORIALE DE GUYANE (CTG), ACCOMPAGNE ET ORIENTE LES PORTEURS DE PROJETS INNOVANTS, DEPUIS L'IDÉE JUSQU'À LA CROISSANCE.

Implantée sur le campus universitaire de Cayenne, GDI opère à l'interface entre les porteurs de projet, les entreprises, le monde de la recherche et les collectivités. L'agence se positionne comme un moteur de transformation économique du territoire, en s'appuyant sur l'innovation — notamment en bioéconomie, numérique, cosmétique naturelle et autres filières stratégiques — comme levier de développement. Plus de 150 entrepreneurs, porteurs de projet et usagers du NumLab sont accompagnés chaque année. Parmi eux, des start-up qui ont fait leurs preuves à l'image d'Amewat (cosmétique), Solimaz (énergies renouvelables) ou Leila (numérique). Pour mener à bien sa mission, GDI déploie plusieurs outils phares : la Pépinière d'entreprises innovantes (PEI), véritable tiers-lieu d'expérimentation et d'échanges ; le NumLab, fablab dédié à la fabrication numérique ; la Guyane Cosmetic Valley et le CIBIG (Centre d'ingénierie bio-inspiré de la Guyane) qui valorisent les ressources naturelles locales ; la Fabrik des entreprises,

Leila décolle grâce à GDI

Développée par Anthony Léveillé, Christopher Servius et Fabrice Meyer, Leila est une solution de digitalisation et d'optimisation des process pour les petites et moyennes industries. « Décisif dès notre création, fin 2023, l'accompagnement de GDI s'est articulé autour de trois axes, explique Anthony Léveillé. D'abord, l'accès au réseau : GDI nous a mis en contact avec des clients potentiels, notamment via le programme CIBIG, ce qui nous a permis de signer nos premiers contrats. Ensuite, GDI nous a aidés à structurer notre projet avec des spécialistes en management, en droit, en fiscalité et autres. Lors du boot camp Entrep'Amazonia, en décembre 2024, nous avons pitché devant des investisseurs clés, dont le Réseau Entreprendre, le CNES et BPI qui sont devenus nos principaux partenaires financiers. Enfin, notre intégration physique au sein de la Pépinière nous offre une visibilité accrue et un environnement propice au développement. Aujourd'hui, un an après notre premier pitch, nous avons levé 500 000 euros. »

EN COLLABORATION



Un projet d'entreprise innovante ? La Fabrik des entreprises vous accueille

Lancée en 2024, la Fabrik des entreprises est un guichet unique d'orientation et de suivi personnalisé par lequel tout porteur de projet doit passer pour obtenir un accompagnement. Co-construit par GDI et 30 structures d'accompagnement locales, ce dispositif s'inscrit dans le programme territorial d'accompagnement des entreprises financé par la CTG et le Feder. À travers une plateforme numérique et un réseau de partenaires locaux (BGE Guyane, CCI Guyane, Les Premières, etc.), la Fabrik permet aux porteurs de projet d'accéder à un suivi sur-mesure. Grâce à un système d'algorithmes, la plateforme redirige le porteur de projet vers une structure d'accompagnement dédiée aux besoins de son projet. En simplifiant l'accès aux ressources et en renforçant la mise en réseau des acteurs économiques, ce dispositif contribue à dynamiser l'entrepreneuriat guyanais.

plateforme collaborative d'accompagnement entrepreneurial.

GDI anime également trois programmes d'accélération — Cosmetic'up, ACC'360 et Boot camp — pour soutenir la montée en puissance des start-up. Les entrepreneurs, sélectionnés sur la solidité de leur projet, sont coachés par des experts puis présentés à de potentiels investisseurs, issus du réseau GDI, à l'occasion d'un Pitch Contest : BPI, Crédit Agricole, BNP Paribas, Alyse Guyane, France Active et Réseau Entreprendre.

Grâce à ces différents leviers d'action, GDI s'emploie à la création d'un écosystème d'innovation fiable, au service du développement économique de la Guyane.

I-NOVA BOOSTE L'INNOVATION CARIBÉENNE

DU 1^{ER} AU 4 DÉCEMBRE, LA 2^E ÉDITION DES CARIBBEAN INNOVATION DAYS (CIDS) ORGANISÉE PAR I-NOVA, LA TECHNOPOLE DE GUADELOUPE, RASSEMBLERA 300 PARTICIPANTS, DONT 50 START-UP, 30 CONFÉRENCIERS ET EXPERTS, 20 INVESTISSEURS AINSI QUE DES DÉLÉGATIONS DES FRENCH TECH DES TERRITOIRES ULTRAMARINS.

Acteurs économiques, chercheurs, investisseurs et institutions venus de Guadeloupe, de France, d'Afrique et de Londres seront réunis pour partager, s'inspirer et faire rayonner l'innovation caribéenne, pilier du développement économique des territoires ultramarins. « Une délégation de Trinidad et Tobago, de Sainte-Lucie et d'Antigua sera présente. Cette année marque aussi l'accueil de la 3^e édition des Outremer French Day », souligne Vitty Nebot, responsable communication et événementiel à I-Nova.

Programme ambitieux et opportunités :

- Participer à des conférences et tech talks inspirants ;
- Prendre part à des ateliers pratiques et à des sessions de co-création ;
- Découvrir des start-up innovantes venues de l'ensemble des territoires ultramarins et de la Caraïbe ;

- Pitcher, réseauter et créer des connexions concrètes avec des investisseurs, décideurs et partenaires ;
- Initier un véritable processus de levée de fonds avec des investisseurs venus d'Europe, d'Afrique et de la Caraïbe.

Une ouverture à l'international avec :

Mohamadou Diallo (fondateur du CIO Mag, magazine de la diaspora consacré au secteur de l'IT et fondateur des African CIO Awards) – **Ibrahima Sissoko** (serial-entrepreneur franco-malien, CEO Hilt Technology Engineering. Co-fondateur de NamX, pionnier de la mobilité hydrogène) – **Tangui Ngafaounain-Tabissi** (fondateur du podcast Kilimanjaro et CEO Black Network, réseau œuvrant au développement économique de l'Afrique à travers sa diaspora) – **Hans-Erich Schultz** (CEO de CARIRI Caribbean Industrial Research Institute – Trinidad & Tobago).

Un plateau d'investisseurs avec :

Adrien Chaltiel (Eldorado.co), **Anil Maguru** (Satgana), **Cyril Armange** (Finance Innovation), **Daniel Häring** (Swiss Health Angels), **Ju-lien L.Pharm** (3CC Third Culture Capital), **Lisa Harding** (Caribbean Development Bank), **Sandra A. C. Glasgow** (RevUP), **Shaila Sahai** (We take part), **Svénia Busson** (LearnSpace/Raise EdTech), **Vera Elisabeth Baker** (4P Capital), **Yan Thoinet** (CTBA).



« LES ENTREPRENEURS QUI SE LANCENT DOIVENT AVOIR DES FONDS PROPRES IMPORTANTS POUR DURER »

PRÉSIDENT DU GROUPE MANIOUKANI, PIERRE-SAINTE LUCE EST À LA FOIS MÉDECIN ET CHEF D'ENTREPRISE. DES FONCTIONS COMPLÉMENTAIRES QUI ALIMENTENT SON REGARD EN MATIÈRE D'INVESTISSEMENT.



Vous avez réalisé, avec le groupe Manioukani, de multiples investissements en Outre-mer ces dernières années. Lesquels ?

Nous avons investi dans trois établissements de santé et trois Ehpad en Guadeloupe ainsi que dans l'hôtel Arawak, dans la commune de Gosier. Les investissements du groupe portent surtout sur le secteur de la santé car c'est un environnement que je connais bien en tant que médecin.

Pouvez-vous nous parler d'un projet récent dans lequel vous avez investi ?

Tout récemment, nous venons d'ouvrir une clinique à Saint-Martin, la clinique Wataki. Elle comporte une trentaine de lits, 20 places en ambulatoire, un plateau technique innovant avec un exosquelette pour la rééducation fonctionnelle, ainsi qu'un service de télémedecine et de balnéothérapie. Cet établissement s'est monté essentiellement sur des fonds propres. Nous sommes accompagnés à moins de 50 % par des banques et des institutions financières comme la Banque publique d'investissement, l'Agence française pour le développement ou la Bred.

Quel est le ticket moyen d'investissement de votre groupe ?

Lorsqu'il s'agit d'opérations comme une clinique, cela demande beaucoup d'argent. Les tickets sont de plusieurs dizaines de millions d'euros.

Quels sont les conseils que vous donneriez à un entrepreneur ?

Il est important, pour les entrepreneurs qui se lancent, d'avoir des fonds propres importants pour durer. C'est l'écueil de nos entreprises ultramarines. Les fonds propres vont permettre à l'entreprise de gérer les problèmes du quotidien qui vont nécessairement advenir.

Pensez-vous investir dans d'autres départements que la Guadeloupe ou Saint-Martin ?

Pour l'instant, nous préférons concentrer nos investissements en Guadeloupe et à Saint-Martin. La Région Guadeloupe est très pro-active, depuis toujours, pour soutenir et faciliter l'implantation de nouvelles entreprises. Un dispositif lui permettant de prendre des participations dans certaines sociétés doit d'ailleurs bientôt voir le jour.

FEEDELIOS : UN FINANCEMENT ALTERNATIF

EN RECOURANT AU FINANCEMENT PARTICIPATIF, LES START-UP PEUVENT OBTENIR LES FONDS NÉCESSAIRES À LEUR DÉVELOPPEMENT. EXPLICATIONS AVEC DANIEL LANTIN, PRÉSIDENT DE FEEDELIOS.



C'est l'histoire d'un fonds d'investissement qui veut voir plus grand pour aider les entreprises des Antilles-Guyane à se développer. Lancé en 2011, GenCap, porté par Finance et Investissement, est un fonds d'investissement de proximité (FIP) dédié à l'Outre-mer. À l'époque, ce sont près de 600 000 euros qui sont collectés et réinvestis dans six entreprises en Guadeloupe, à La Réunion, en Martinique et à Saint-Martin. « Nous nous sommes rendu compte à l'époque que ce n'était pas suffisant. D'où le lancement en 2014 de Feedelios, la première plateforme de financement participatif pour les entreprises ultramarines », indique Daniel Lantin, président de Feedelios. Les investisseurs intéressés peuvent alors participer sous forme de prêts ou de mini-

bons au développement des entreprises sélectionnées par la plateforme, en entrant directement au capital de jeunes pousses. La plateforme de crowdfunding accompagne ainsi plusieurs sociétés comme Num SMO Technologies, spécialisée dans la production d'électricité, de charbon et de produits à haute valeur ajoutée à partir de déchets, ou encore Tanal Caraïbes, une entreprise de fabrication de chaussures, sacs en cuir et accessoires. Une aventure à laquelle il a fallu mettre fin en 2023 : « Les sociétés qui se portaient candidates au financement participatif ne disposaient pas d'assez de capital pour être éligibles. Les SARL ou les entreprises individuelles n'entraient pas dans nos critères. De plus, l'environnement réglementaire a changé. Désormais, il faut obtenir l'agrément de Prestataire de Services de Financement Participatif (PSFP) pour continuer à faire du financement participatif », déplore Daniel Lantin.

Une ouverture aux investisseurs nationaux

L'entrepreneur n'a toutefois pas dit son dernier mot. Feedelios devient désormais un intermédiaire entre les entreprises des Outre-mer et Wiseed, une plateforme de financement participatif qui rayonne à l'échelle nationale. « Nous sélectionnons pour eux les start-up ultramarines que l'on trouve les plus pertinentes. Wiseed vérifie leur viabilité et si ces dernières semblent assez solides, elles peuvent faire une levée de fonds sur la plateforme », ajoute Daniel Lantin. Le ticket d'entrée pour investir est de 100 euros et donne accès à un nombre important de petits porteurs. Les premiers projets devraient apparaître sur la plateforme de crowdfunding courant 2026.



BNI ANTILLES-GUYANE, DE L'ACCOMPAGNEMENT CLASSIQUE AU CO-FINANCEMENT DE TPE & START-UP

**FORT D'UN RÉSEAU DE 330 000 MEMBRES RÉPARTIS DANS 76 PAYS,
LE RÉSEAU D'AFFAIRES BNI PERMET AUX ENTREPRENEURS DE
CONSOLIDER LES FONDAMENTAUX DE LEUR ENTREPRISE TOUT EN
LES AIDANT À DÉVELOPPER LEUR BUSINESS.**

+ Aider les start-up à se structurer

Qui donne reçoit. C'est la philosophie appliquée par BNI Antilles-Guyane. En rejoignant ce réseau d'affaires, les start-up sont mises en relation avec des membres de sociétés plus expérimentées afin de consolider leur modèle. « Une entreprise, ce n'est pas juste avoir une bonne idée. Il faut être en mesure de structurer sa boîte et c'est là que nous intervenons. Nous faisons l'intermédiaire entre les porteurs de projets et des avocats, des comptables, des spécialistes des RH, des coachs en développement personnel, des professionnels du management... C'est capital pour réussir. Rien qu'en Guyane, plus du tiers des défaillances d'entreprises sont liées à la gestion de la trésorerie et de la fiscalité », indique Max-Edmond Louvounou, directeur régional BNI Antilles-Guyane. Des écueils que les start-up peuvent parfois éviter en ayant les bons conseils en amont. « Nous n'acceptons toutefois que les entreprises qui existent depuis au moins 5 ans et ont dépassé le stade embryonnaire », rappelle-t-il.

+ Booster son business

À travers des formations ou des réunions thématiques, le réseau BNI aide les entrepreneurs à résoudre les problèmes qu'ils pourraient rencontrer dans leur secteur au quotidien. « Par cette méthode, sur les cinq

dernières années, nous avons créé près de 9 millions d'euros de richesse et contribué à maintenir ou créer 90 emplois sur la zone Antilles-Guyane. » Parmi les outils proposés par le réseau, les membres peuvent s'appuyer sur BNI Connect, un service en ligne de gestion et de suivi de leurs performances commerciales et des recommandations échangées.

+ Proposer à l'avenir des financements pour se développer

À terme, le réseau BNI souhaite investir dans les start-up qui l'auront rejoint dans la zone Antilles-Guyane, à travers le fonds d'investissement Synodeia Invest : « Ce fonds est géré par des directeurs et anciens directeurs d'entreprise. Nous sommes encore aux prémices de son déploiement dans les Antilles-Guyane », précise Max-Edmond Louvounou. Une ambition concomitante avec celle d'avoir une antenne propre à chaque territoire, en Martinique, en Guadeloupe et en Guyane. « Ce n'est qu'ainsi que nous aurons une vision plus fine des besoins des entreprises. »



<https://bni-antilles.fr/fr/index>

INVEST IN PACIFIC

LA PLATEFORME DE FINANCEMENT PARTICIPATIF INVEST IN PACIFIC MET EN RELATION DES PORTEURS DE PROJET AVEC UNE COMMUNAUTÉ D'INVESTISSEURS. ELLE EST LA SEULE À PROPOSER UNE SOLUTION 100 % DIGITALE POUR INVESTIR DANS LES ENTREPRISES DU TERRITOIRE.

L'IDÉE DE DÉPART

« Invest in Pacific (IIP) est née d'un constat simple, explique Nicolas Laurent, co-fondateur de la plateforme. En Outre-mer, il y a davantage de sur-épargne par rapport à l'Hexagone. Et, dans le même temps, on a une sous-capitalisation chronique des entreprises. Notre objectif était de se dire : comment permet-on à ces deux besoins, qui sont des situations récurrentes sur nos territoires ultramarins, de se rencontrer ? IIP est, à ce jour, la première et seule plateforme d'investissement participatif agréée aux autorités des marchés financiers dont le siège social est en Outre-mer. »

LE FONCTIONNEMENT

« Au quotidien, notre travail est de trouver des projets, de les étudier et de nous assurer qu'ils sont viables pour offrir aux 6000 investisseurs inscrits sur la plateforme, une certaine rentabilité. Actuellement IIP accompagne deux start-up, So Blue et la Case du miel », poursuit Nicolas Laurent, qui souligne que le ticket d'investissement est fixé à 200 000 euros. « Une fois le projet identifié, IIP se charge d'envoyer une communication au réseau des investisseurs. Pour entrer dans un projet, le ticket pour l'investisseur polynésien est de 100 000 francs Pacifique, soit 834 euros. Dans les autres départements d'Outre-mer, c'est 1000 euros. »

IIP a accompagné **35** projets, dont 12 dans le domaine de l'innovation.

15 MILLIONS d'euros levés en 2025, dont 5 millions dédiés aux start-up

Un fonds de co-investissement de 10 millions d'euros

En juin, le fonds de co-investissement « Territoire d'innovation Nouvelle-Calédonie » a été lancé entre la Banque des Territoires et Invest in Pacific. Doté de 10 millions d'euros, le fonds a pour objectif d'accompagner le développement des jeunes entreprises innovantes de la Nouvelle-Calédonie qui mettent au cœur de leur modèle économique la valorisation de la biodiversité calédonienne. « IIP est à la fois opérateur technique et co-financeur », souligne Nicolas Laurent. « Quatre projets sont à l'étude dans les secteurs de la Blue Tech, Green Tech et Bio Tech. IIP accompagnera les entrepreneurs dans la mise en œuvre d'une démarche d'impact et RSE. Nous avons cinq ans pour trouver suffisamment de projets et utiliser l'enveloppe de 5 millions de la Banque des Territoires. Les 5 millions restants sont à trouver auprès d'épargnants calédoniens. »



www.investinpacific.com/

LA SOFIDEP, PARTENAIRE DES START-UP POLYNÉSIENNES

Créée en 1999, la Sofidep (Société de financement du développement de la Polynésie française) est une société d'économie mixte détenue majoritairement par la Polynésie française. Dotée d'une mission publique de développement économique, elle accompagne et finance la création, le développement et la transmission des TPE/PME installées en Polynésie française. « La Sofidep propose des financements sous forme de prêts participatifs sans garantie ou de produits de capital-investissement, à des conditions privilégiées, pour renforcer leurs fonds propres et

leur faciliter l'accès au crédit bancaire », détaille Gaspard Toscan du Plantier, le directeur général.

La Sofidep intervient sur deux aspects :

- Elle cofinance avec les banques de la place, dont elle partage le risque, les projets des entreprises, notamment en lien avec les politiques publiques, dans des secteurs stratégiques et prioritaires.
- Elle intervient en cas de faillite de marché dans l'offre de financements : création TPE, innovation, haut de bilan, start-up, archipels éloignés, soutien à la trésorerie. Le montant d'intervention va de 1 million F CFP (8 400 euros) à 200 millions F CFP (1,675 million d'euros).

4 EXEMPLES DU PORTEFEUILLE D'INVESTISSEMENT

1 – Ostrea – Production d'huîtres de bouche en Polynésie française

La Sofidep est entrée au capital d'Ostrea pour financer la phase de R&D. L'entreprise aborde sa 2e phase de R&D avec la mise en place des premiers élevages en lagon à partir des naissains issus de l'écloserie, afin de produire les premières huîtres de bouche "made in Tahiti".

2 – Polyacht – Start-up spécialiste du gréement Dyneema pour voiliers

La Sofidep est entrée au capital de Polyacht pour finaliser sa R&D et engager la production industrielle de ses haubans. La start-up a développé une machine permettant d'enrouler un fil de Dyneema, non seulement automatiquement, mais aussi directement à l'intérieur d'une gaine. Grâce à cette innovation unique au monde, Polyacht est capable de produire des haubans Dyneema gainés de bout en bout en une étape plutôt qu'en trois.

3 – Tahiti Marine Biotech

Les produits cosmétiques à base de rori ou "concombre de mer"

L'apport de la Sofidep en fonds propres et quasi-fonds propres dans la holding Tahiti Marine Group doit permettre à Tahiti Marine Product d'accroître son parc d'élevage et à Tahiti Marine Biotech d'accélérer son développement commercial, et répondre ainsi à la demande mondiale de produits cosmétiques et nutraceutiques innovants.

4 – Airaro – La climatisation durable par la mer

La Sofidep entre au capital d'Airaro pour soutenir son expansion internationale. Grâce à cet appui stratégique, l'entreprise dispose des moyens nécessaires au déploiement d'un programme ambitieux d'exportation de sa technologie SWAC en Outre-mer et à l'international.



www.sofidep.pf/

SMALT CAPITAL

LA SOCIÉTÉ DE GESTION, BASÉE À MARSEILLE, EST PRÉSENTE DEPUIS 15 ANS À LA RÉUNION ET JOUE UN RÔLE DE SOUTIEN FINANCIER AUPRÈS DES ENTREPRENEURS LOCAUX. LE POINT AVEC STÉPHANE POUPAULT, DIRECTEUR DE SMALT CAPITAL À LA RÉUNION

+ Géographie de l'investissement

« La décision d'investir dans les territoires ultramarins date de 2002, soit deux ans après la création de la société de gestion. La stratégie de départ est liée à l'un des actionnaires minoritaires (la Cepac, NDLR) qui avait des intérêts sur ces territoires sur la partie banque. L'aventure a démarré avec un fonds globalisé, c'est-à-dire qui investissait à la fois sur la zone Antilles, l'océan Indien et le Pacifique. On s'est aperçu que le territoire le plus dynamique était La Réunion avec une vraie profondeur de marché et donc, en 2010, l'activité d'investissement spécifique s'est développée ici. Nous avons débuté avec un fonds start-up, 100 % public, et un autre destiné à des entreprises plus matures, un fonds public-privé. »

+ Secteurs d'activités et tickets d'investissement

« Six fonds ont été lancés depuis nos débuts à La Réunion, quatre sont actuellement ouverts dont un qui est encore en phase d'investissement. Ce dernier a vocation à être déployé également à Mayotte. Nous sommes

sur des territoires assez limités et nous ne souhaitons pas rajouter une contrainte sectorielle dans nos investissements. En revanche, c'est vrai qu'il y a des secteurs prépondérants à La Réunion qui ne sont pas forcément les mêmes que dans l'Hexagone (tourisme, import-export, commerce, etc.). Notre accompagnement dépend de la stratégie de la start-up avec cette condition préalable d'un début d'activité. Investir dans un projet sur la base d'un PowerPoint n'est pas la stratégie qu'on a vendue à nos investisseurs. Sur le fonds start-up, par exemple, on démarre avec des tickets de 100 000 euros, donc relativement bas, et on peut monter pour nos plus gros tickets autour des 3 millions d'euros. On a un spectre très large qui dépend du stade de développement de l'entreprise. »

+ Exemple d'accompagnement

« Nous avons accompagné la société Oscadi, qui avait développé un échographe mobile sur iPad. Ça a été une success story puisqu'à l'époque, c'était l'une des rares sociétés qui avait eu l'autorisation d'Apple de connecter un périphérique. Nous avons investi, Oscadi a pu se développer et nous avons réussi à la revendre et faire de la plus-value.

Dans un autre secteur plus traditionnel, celui de l'agroalimentaire, nous avons accompagné la société Soleil Réunion qui faisait, de manière très artisanale, de la transformation de fruits et légumes pour en faire des confitures, des achards, des épices... Nous avons pu financer une usine et un outil industriel avec une ligne de production. Aujourd'hui, la société emploie 25 personnes et fait à peu près 3 millions d'euros de chiffre d'affaires. »



SMALT
CAPITAL

FORMER POUR FAIRE BOUGER LE TERRITOIRE



Avec un capital social de 15,5 millions d'euros, la Financière Janar affiche une solidité rare sur le territoire réunionnais. « La crédibilité, elle est financière avant tout », rappelle son dirigeant, Joël Narayanin. Une crédibilité qui lui permet aujourd'hui de s'engager davantage dans un domaine qu'il juge essentiel : la formation des jeunes talents et leur confrontation au réel.

En octobre dernier, le groupe officialise un partenariat à durée indéterminée avec Epitech La Réunion. Une collaboration qui s'est imposée presque naturellement. « On intervient déjà depuis longtemps dans les lycées, les écoles, les universités... mais là, on voulait aller chercher ce qui se fait de mieux », explique-t-il. Epitech représente pour lui un niveau d'exigence, de réseau et d'ouverture parfaitement aligné avec la vision du groupe.

Ce qui se passe sur le terrain

Ce qui le motive avant tout, c'est l'impact concret. Pas la théorie. « On parle de grands accords bilatéraux, de stratégies sur le papier... Moi, ce qui m'intéresse, c'est ce qui se passe sur le terrain. » Avec Epitech, cette logique se traduit par des immersions, des projets appliqués et un contact direct entre les étudiants et les équipes de la Financière Janar. De quoi leur permettre de toucher du doigt la réalité professionnelle : « Sur le terrain, si ça ne marche pas, ça se voit. On ne peut pas tricher. »

Cette volonté d'ouverture dépasse même les frontières de l'île. Joël Narayanin, également président du Global Indian Organization [GIO] Réunion, a obtenu du gouvernement indien la possibilité d'envoyer cinquante jeunes

Réunionnais en immersion d'un mois, tous frais payés. Une opportunité exceptionnelle. « Personne ne l'a fait. Je veux qu'ils voient, qu'ils comprennent, qu'ils reviennent transformés. Ce n'est pas du tourisme : c'est de l'apprentissage. » L'approche de Janar consiste aussi à détecter les talents et à agir sans attendre. Il raconte l'exemple récent d'une étudiante venue pour un BTS communication : « En discutant avec elle, j'ai vu le potentiel. On a annulé son contrat d'apprentissage... et on l'a recrutée en CDI. » Pour lui, l'innovation managériale est là : reconnaître, valoriser, accélérer. « Quand un talent est là, il ne faut pas le laisser filer. »

Avec Epitech, cette vision trouve un écho évident : une formation exigeante, ancrée dans le territoire, mais tournée vers l'international. Une alliance qui vise à faire émerger les futurs ingénieurs et experts du numérique dont La Réunion aura besoin dans les années à venir.

« L'innovation, on ne l'a pas attendue »

Chez Janar, l'innovation est une pratique ancienne. Recherche et développement, matériaux de construction innovants, laboratoires internes, tests grandeur nature... « On préfère montrer plutôt que théoriser », insiste Joël Narayanin, « et ça fait longtemps qu'on innove, bien avant que "start-up" ne devienne un mot à la mode ».

INVESTIR SUR L'HUMAIN AUTANT QUE SUR L'INNOVATION

Ingénieur financier de formation et entrepreneur à plusieurs reprises, Fabrice connaît aussi bien les rouages des marchés que la réalité des PME. Pendant longtemps, il a investi de façon traditionnelle : en bourse, parfois dans de grands groupes comme L'Oréal ou LVMH, ou encore dans de plus petites sociétés cotées. Des investissements qu'il qualifie aujourd'hui de « purement financiers ». Mais en 2025, son passage au salon VivaTech change la donne et ouvre, pour lui, une nouvelle façon d'aborder le rôle d'investisseur.

Il y découvre Island Cosmetics, jeune marque réunionnaise fondée par Sarra, qui développe un fond de teint breveté intégrant un SPF50. Un produit « innovant, fabriqué en France, et unique même à l'échelle internationale ». Surtout, un projet porté par sa fondatrice seule, avec une histoire personnelle forte : faire de la protection solaire un geste beauté quotidien, au service de la santé et de l'inclusion.

UN POTENTIEL D'INNOVATION RÉEL

« Ce qui m'a plu, ce n'était pas seulement le produit, mais la complémentarité, l'énergie, et le fait que je pouvais vraiment aider », explique Fabrice. Car contrairement à ses investissements précédents, il ne voulait plus « juste signer un chèque ». Avec Island Cosmetics, il joue un rôle actif : structuration, gestion, stratégie... un accompagnement à 360° qui lui permet de mobiliser son

expérience entrepreneuriale et de suivre au plus près l'évolution du projet.

Cette approche définit désormais son positionnement d'investisseur. Pas de secteur privilégié : il ne connaissait d'ailleurs rien à la cosmétique avant, mais il a des critères clairs. Il recherche un projet solide sur le point d'éclore, un potentiel d'innovation réel, un ancrage réunionnais, et surtout un feeling humain, sans lequel il n'y va pas. « On peut avoir un dossier excellent et pourtant ne rien ressentir. Il faut que ça ait une âme », insiste-t-il.

Ses montants d'investissement oscillent entre 100 000 et 500 000 euros, parfois en co-investissement pour partager le risque lorsque les besoins sont plus élevés. « À 10 000 euros, on dort plus ou moins tranquille. À 100 000, ce n'est plus la même histoire », glisse-t-il.

Avec cette nouvelle manière d'investir, Fabrice souhaite contribuer à faire émerger des innovations locales ambitieuses. Et son approche dit quelque chose d'essentiel : l'investissement privé peut avoir un impact puissant quand il s'ancre dans la proximité, l'intuition et l'accompagnement. « Investir pour investir, on peut tous le faire en ligne dans des sociétés cotées. Mais accompagner un entrepreneur qui crée quelque chose d'unique, ça a un autre sens. »

À MAYOTTE, UNE PLATEFORME DE CROWDFUNDING INSPIRÉE DES PRÊTS TRADITIONNELS

UN OUTIL DE FINANCEMENT PARTICIPATIF VIENT D'ÊTRE LANCÉ SUR LE TERRITOIRE. VIA DES TICKETS À PARTIR DE 100 EUROS, L'OBJECTIF EST DE PROPOSER À LA POPULATION, MAIS AUSSI AUX ENTREPRISES LOCALES, DE FINANCER LES PROJETS DE L'ÎLE ET DE FAVORISER L'INNOVATION.

« Nous voulons moderniser le fonctionnement du shikowa, qui vise à se prêter de l'argent entre habitants », indique Nakib Ali Halidi, qui a créé la plateforme de crowdfunding Yatru Shikowa, en début d'année 2025. Chaque mois, les membres d'un groupe versent une somme définie et, à tour de rôle, chacun récupère la totalité de la somme. À Mayotte, ce système financier collectif est largement répandu car il permet de financer la construction d'une maison ou d'un projet sans passer par les banques ou les microcrédits. « Il y a beaucoup d'argent qui circule ainsi. On estime que cela représente plusieurs millions d'euros. Alors, on s'est dit qu'on pouvait aller chercher une partie de ces fonds et proposer aux particuliers, aux entreprises et aux collectivités d'investir dans des projets de développement pour leur île. » Nakib Ali Halidi s'est rapproché de la plateforme de financement participatif Les Entrepreneurs,

basée à Paris, qui gère par ailleurs la plateforme Albius à La Réunion.

« Favoriser l'innovation »

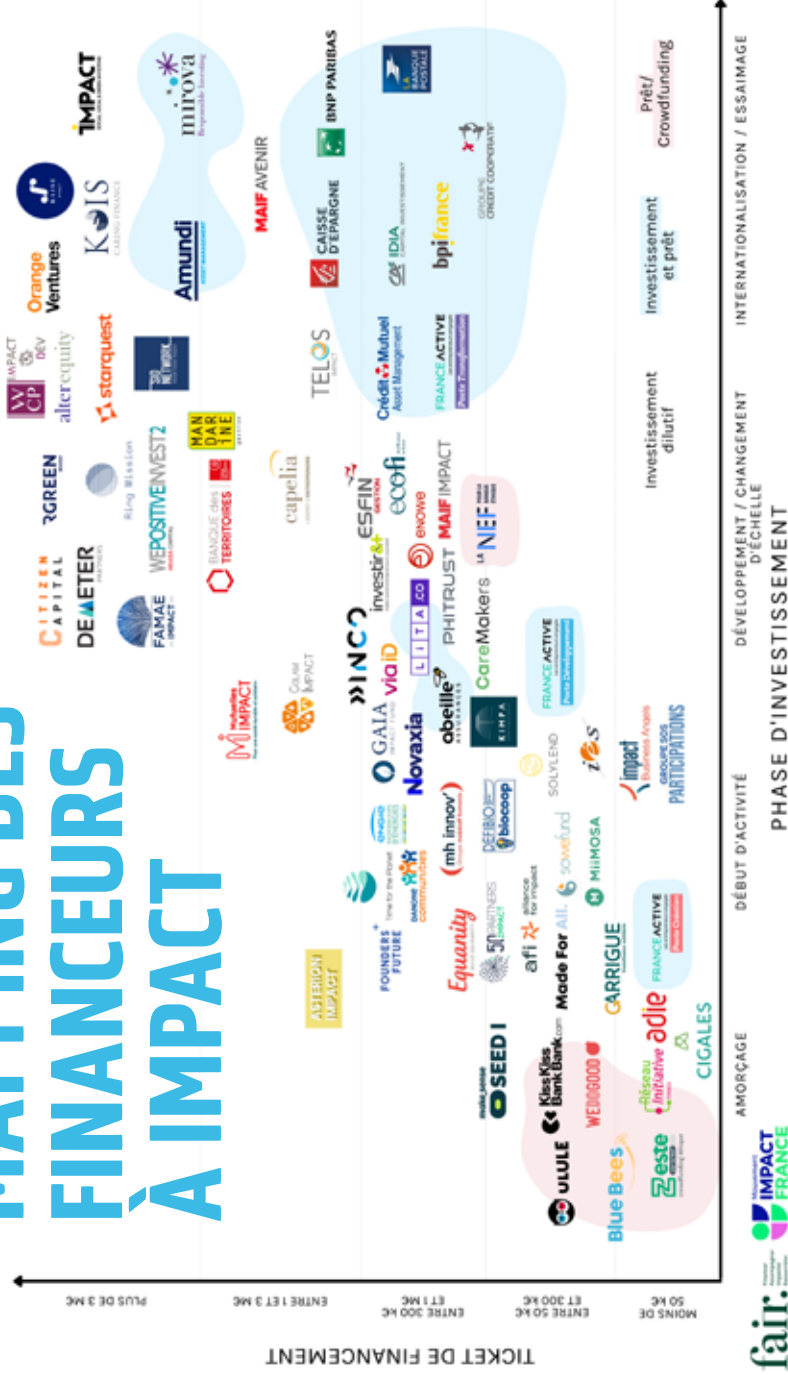
« Grâce à cela, nous bénéficions d'un vaste réseau et nous pourrions aller chercher des investisseurs à La Réunion et à Mayotte », précise Nakib Ali Halidi, pour qui cet outil va permettre « d'accompagner les projets innovants du territoire » et ainsi « favoriser l'innovation ».

La plateforme propose des tickets d'entrée à partir de 100 euros et a déjà permis de collecter 700 000 euros pour la chaîne de parfumerie et de produits de beauté Mado, qui avait un besoin de fonds de roulement. « Nous avons aussi collecté des fonds pour un projet de promotion immobilière, visant à construire des logements sociaux », détaille Nakib Ali Halidi. La plateforme, lancée officiellement le 7 novembre, peut ainsi financer « tous types de projets », de 50 000 à 5 millions d'euros. « On s'assure que les projets tiennent la route, on demande deux années de bilan aux entreprises. Nous avons pensé cet outil pour les Mahorais, afin qu'ils aient l'opportunité de financer le développement de leur territoire », poursuit Nakib Ali Halidi, qui souligne qu'à La Réunion, 80 millions d'euros ont ainsi été collectés, à 85 % auprès de Réunionnais.



www.yatru-shikowa.fr/

MAPPING DES FINANCEURS À IMPACT



EW'AG®



prenomnom@ewag.fr

ÉDITÉ ET DIFFUSÉ PAR

EWAG – Société d'édition
12 RUE HENRI BECQUEREL-JARRY
97122 BAIE-MAHAULT
GUADELOUPE

ISSN 3098-4726

DATE DE PARUTION

Décembre 2025

IMPRESSION

Magazine réalisé et imprimé aux
Antilles



La reproduction, même
partielle, des articles, photos
et illustrations publiés est
interdite.

DIRECTEUR DE LA PUBLICATION

Laurent Nesty

RÉDACTRICE EN CHEF

Anne-Laure Labenne

DIRECTEUR ARTISTIQUE

Gwénaél Tilly

JOURNALISTES

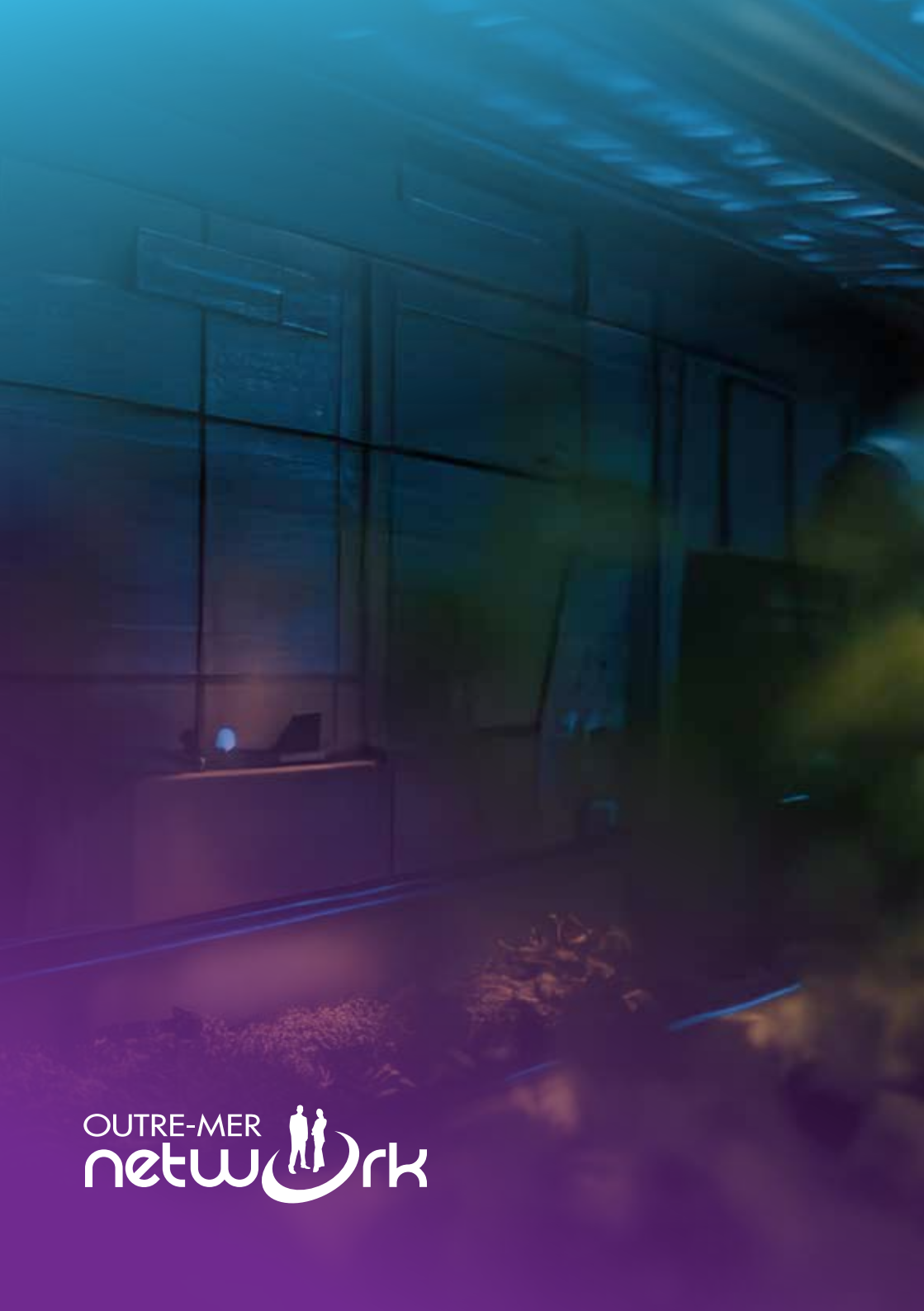
Amandine Ascensio
Ludovic Clérima
Jérôme Doux
Daphné Lemercier
Adeline Louault

STRATÉGIE ET DÉVELOPPEMENT

Aurélié Bancel

SECRÉTARIAT DE RÉDACTION

Caroline Bablin



OUTRE-MER
network