

10 ÉTAPES INDISPENSABLES POUR RÉUSSIR UNE ICO

AVIS D'EXPERT



Jonathan HORYN, Co-Fondateur de Younicorns | Expert Data & Blockchain

Depuis son émergence en 2015, le marché de l'Initial Coin Offering (ICO) s'est progressivement stabilisé. Avant de se lancer, il est important de connaître précisément les spécificités de cette levée de fonds et les bonnes pratiques indispensables à sa réussite.

L'ICO est une levée de fonds d'un genre nouveau. Elle peut financer un projet, dans des domaines variés, à condition qu'il prévoit l'utilisation d'une Blockchain. Si dans une IPO (Initial Public Offering) classique, les investisseurs achètent une part de capital, il en va différemment avec une ICO : ils acquièrent des actifs numériques appelés tokens (jetons en français), en échange de crypto-monnaies (généralement Ether ou Bitcoin) ou de paiements fiat (en EUR par exemple). Ces crypto-actifs ne correspondent pas à des parts de l'entreprise mais à un droit d'usage du futur service.

Comment s'y prendre ? Précisons qu'aucun acteur n'est aujourd'hui en mesure de mener à bien un projet ICO de bout en bout. Les levées de fonds en ICOs doivent impliquer plusieurs experts, spécialisés dans leurs domaines respectifs (fiscalité, technique, juridique & marketing).

Autre élément important : réussir une ICO nécessite un investissement financier de départ non négligeable. Pas moins de 500 000 euros par exemple, pour qui souhaite lever plus de 10 millions d'euros.

L'INCROYABLE CROISSANCE DES FONDS LEVÉS EN ICOs

95 M\$ en 2016
6,2 Mds\$ en 2017
18,2 Mds\$ entre janvier & août 2018
(selon le cabinet CoinSchedule)

1. DISPOSER D'UN PRODUIT CLAIREMENT DÉFINI

Une ICO porte sur un projet précis. Il faut définir en détail le produit qui sera vendu aux futurs clients. Qu'il soit préexistant ou en développement, il doit être suffisamment stabilisé, simple et explicite pour convaincre les utilisateurs.

2. S'ADJOINDRE LES SERVICES D'UN CONSEILLER JURIDIQUE & FISCAL

L'encadrement juridique d'un projet ICO est à intégrer dès ses prémices. En effet, celui-ci correspond soit à des jetons d'usage (utility tokens), soit à des jetons financiers (security tokens) qui impliquent l'application d'une réglementation stricte.

Le but : éviter toute requalification *a posteriori* du ou des régulateur(s), étant donné que la souscription peut être réalisée par des investisseurs du monde entier.

3. METTRE EN PLACE UNE ÉQUIPE

Composée d'au moins 5 personnes multilingues, l'équipe doit être capable de s'investir dans la durée en fédérant autour d'elle des spécialistes métiers & conseils. Parmi ces experts, on distingue les prestataires (pour les sujets juridiques, marketing, comptables, etc.) de ceux qui ont un savoir plus spécifique (audit technique, structuration des tokens, etc.) et qui s'associent au succès du projet en étant rétribués en tokens.

4. CONSTRUIRE DES TOKENOMICS ATTRACTIFS

Les tokenomics correspondent à la structuration financière du token. Ils en définissent toutes les caractéristiques et sont, à ce titre, l'élément le plus parlant pour les investisseurs. Le défi est aussi bien juridique que technique : il s'agit aussi de mettre en place des procédures pour contrôler l'origine des fonds et collecter l'argent en évitant toute malversation.

5. CONCEVOIR LE WHITEPAPER & LA VITRINE DU PROJET

Le Whitepaper est le document de référence de l'ICO. De nature scientifique à l'origine, il a désormais une dimension plus marketing. Il présente le projet, l'équipe, le token et la chronologie des événements. Quel que soit son format, il doit nécessairement faire l'objet d'une traduction – de qualité – en anglais *a minima*.

Indispensable, le site dédié à l'ICO répond à des attentes précises. Il compte généralement une dizaine de sections très codifiées pour que les investisseurs (experts & néophytes) se fassent une opinion. Ces sites sont souvent de petits bijoux marketing. Mais attention : si leur grande qualité est un passage obligé, celle-ci n'est pas pour autant une preuve décisive de la qualité du projet lui-même...

6. ÉLABORER UNE STRATÉGIE MARKETING & TOUCHER LES INFLUENCEURS

Alors que le lancement public de l'ICO approche, il faut définir ses cibles marketing à l'aide de partenaires internationaux. En fonction de leurs caractéristiques, elles seront sensibilisées différemment : canal utilisé, valorisation du projet, influenceurs, discours adapté à la nationalité, etc.

Il faut savoir qu'une centaine d'influenceurs à travers le monde compte dans le domaine, comme l'analyste Spencer Bogart et ses 80 000 abonnés. Leur rôle : se prononcer sur la qualité des nouvelles ICOs, en fonction de critères qu'ils ont eux-mêmes établis. Les investisseurs sont très attentifs à leurs publications.

7. METTRE EN PLACE DES PROCESSUS DE CONTRÔLE DES UTILISATEURS & DES FLUX

Il s'agit de mesures pour s'assurer de la qualité des investisseurs et disposer de contenus sur l'origine des fonds. L'enjeu est à la fois juridique & technique : il faut être capable de vérifier des informations en provenance, parfois, de milliers d'investisseurs.

8. COMMUNIQUER PAR MAIL & SUR LES RÉSEAUX SOCIAUX

Des newsletters spécialisées, destinées aux investisseurs potentiels, présentent toutes les informations sur les levées de fonds. L'idée est d'adresser à la communauté des mails les plus personnalisés, pertinents et localisés possibles.

Pour une ICO, le réseau social à privilégier est l'application Telegram. C'est notamment là où s'expriment les défenseurs du projet. Peu mature, ce média doit faire l'objet d'un contrôle spécifique. Mais les projets ICO doivent aussi désormais être présents sur les autres médias sociaux : Facebook, Twitter, Reddit (site web communautaire de partage de signets), etc.

9. PRÉSENTER LE PROJET À DES INVESTISSEURS PRIVÉS

Sont ici ciblés les multi-contributeurs capables d'investir des montants importants dans différents projets. Les messages diffèrent de ceux destinés au mass market.

10. RÉALISER LE COMMUNITY MANAGEMENT & METTRE EN PLACE DES BOUNTY PROGRAMS

Au-delà de la présence sur les médias sociaux, il est essentiel de créer des interactions et d'impliquer la communauté dans les décisions prises. Quant aux Bounty Programs, ils sont un outil non négligeable : ils permettent de renforcer la communauté grâce à une reconnaissance ou une compensation en échange de services rendus (traduction, report de bugs, etc.).

Ces 10 étapes sont parallèles et complémentaires. Elles nécessitent coordination & expertise pour se transformer en leviers et assurer le succès de la levée. Autant de gages de réussite pour votre prochaine ICO !

À PROPOS DE L'AUTEUR

Jonathan HORYN

Spécialiste Analytics, Blockchain, AI et RPA, Jonathan a une expertise métier construite depuis 10 ans dans la banque et l'assurance. Il privilégie une approche disruptive & technologique pour proposer des solutions originales à des problèmes métiers très concrets, comme la modélisation actuarielle, l'ALM ou la gestion de trésorerie bancaire.

À PROPOS DE YUNICORNS

Yunicorns a pour mission de concevoir et d'accélérer les projets de co-création de start-ups en collaboration active avec les grandes marques pour leur permettre de mieux rencontrer leur marché et répondre ainsi plus rapidement aux attentes de leurs clients en termes d'évolution des produits et de leurs usages.

Véritable vecteur de transformation des entreprises, l'activité de co-création de **Yunicorns** s'articule en 4 étapes majeures :

- 1. Analyse du besoin** : conception du business model, identification des propositions de valeur associées et constitution de l'équipe adaptée
- 2. Réalisation du produit** : compréhension des attentes, conception de l'expérience utilisateur et développement produit via des technologies disruptives : Machine Learning, Intelligence Artificielle (IA), Blockchain...
- 3. Mise sur le marché du produit** : déploiement des méthodologies de Digital Marketing et de Growth Hacking
- 4. Déploiement et financement** : Scalabilité produit, private equity, crowdfunding, ICO...

Ce Corporate Studio a été fondé par **Jonathan Horyn & Brahim Abdesslam**, tous deux associés au capital de **Yunicorns** dans une démarche entrepreneuriale au sein du Groupe **Keyrus**.