

Cédric Reny, cofondateur, PDG et principal actionnaire de Custom Solutions, voulait doper à la fois les fonds propres et la notoriété de sa société. Double objectif atteint grâce à une entrée réussie sur Alternext.

## J'ai récemment introduit mon entreprise en Bourse

C'EST À L'AUTOMNE 2009, après mûre réflexion, que j'ai pris la décision de faire coter ma société en Bourse. Créée en 1997, Custom Solutions s'est développée à un rythme soutenu uniquement par croissance interne, jusqu'à réaliser 14 millions d'euros de chiffre d'affaires. Mais nous voulions accélérer notre développement commercial, accroître nos capacités industrielles dans la logistique, saisir des opportunités de croissance externe, confirmer notre avance technologique, attirer de nouveaux talents... Par ailleurs, nous souhaitions associer les collaborateurs à la croissance, et renforcer notre notoriété. Pour remplir tous ces objectifs, la meilleure option était l'entrée en Bourse.

A partir de là, la première chose à faire, d'une importance capitale, était de choisir la société à laquelle nous allions confier le soin de piloter notre introduction en Bourse : notre « listing sponsor ». Mon choix s'est porté sur le Crédit du Nord, dont l'équipe m'avait fait une excellente impression. Puis, il a fallu sélectionner tous les autres partenaires : société de Bourse, cabinet d'avocats, commissaires aux comptes, agence de communication financière. A chaque fois, j'ai pratiqué la mise en concurrence et négocié les tarifs, pour obtenir le meilleur rapport qualité-prix. En

### L'ENTREPRISE

Activité : prestataire de solutions de marketing à forte valeur ajoutée technologique et logistique

Localisation : Aix-en-Provence (13) et Eragny-sur-Oise (95)  
Effectifs : 100 salariés  
Chiffre d'affaires 2009 : 14,2 millions d'euros  
[www.customsolutions.fr](http://www.customsolutions.fr)



Cédric Reny,  
cofondateur et PDG  
de Custom Solutions.

PHOTO : SCORAVA / NOCNE POUR L'ENTREPRISE

ce qui nous concerne, tous frais pris en compte, cette opération nous a coûté 500 000 euros. Début janvier, tout le monde s'est mis au travail sous la houlette du « listing sponsor ».

### Cinq mois de folie

Le Crédit du Nord avait établi un rétroplanning précis et serré jusqu'à la date visée pour l'obtention du visa de l'AMF (Autorité des marchés financiers), puis pour la mise sur le marché des actions, que nous voulions réaliser en mai. De la mi-janvier à la mi-mars, j'ai consacré 50 % de mon temps à élaborer le document de base qui devait être soumis à l'AMF. Lorsque celui-ci a été bouclé, j'ai fait un training intensif avec l'agence de communication financière pour me préparer à présenter la société

aux investisseurs, aux analystes financiers, à la presse, etc. Enfin, dès la réception du visa de l'AMF, pendant deux semaines, chaque jour, j'ai assuré cinq rendez-vous de deux heures avec des investisseurs institutionnels sélectionnés par la société de Bourse. Objectif : les convaincre de notre potentiel de croissance grâce à ces nouveaux fonds. J'ai repris mon argumentaire une cinquantaine de fois, avec conviction et enthousiasme. Rude épreuve ! Mais le jeu en valait la chandelle : l'introduction a été un succès. Nous avons levé 7 millions d'euros malgré un contexte boursier particulièrement défavorable. Un salarié sur deux est devenu actionnaire de l'entreprise. Et notre notoriété s'est nettement accrue.

■ NATHALIE MOURLOT

[nmourlot@lentreprise.com](mailto:nmourlot@lentreprise.com)