deyoo.

DOSSIER DE QUALIFICATION APPROFONDIE

Automatisation de contrats pour PME

La rigueur d'un cabinet, rendue accessible.

deyoo · accélérateur de projet · deyoo.fr

SOMMAIRE

Dossier de qualification approfondie

01 Résumé exécutif
02 Projet, cible et besoin
03 Marché et environnement
04 Concurrence, positionnement et go-to-market
05 Modèle économique, coûts, trésorerie et projections
06 Opérations, exécution et équipe
07 Financement et cadre juridique
08 Risques et feuille de route
09 Recommandations, conclusion et ouverture

CHAPITRE 01

Résumé exécutif

LE PROJET EN L'ETAT

Un logiciel SaaS à 50 euros par mois qui génère, fait signer et suit les contrats courants des PME françaises sans juriste interne, sans intervention d'un avocat pour chaque acte. Le fondateur est en phase de prototype, avec des retours terrains limités à des maquettes présentées à quelques dirigeants. Aucun abonné payant à ce stade, aucun canal de distribution formalisé, aucune validation juridique des modèles de contrats encore engagée. C'est un projet à fort potentiel structurel mais non encore prouvé commercialement.

VERDICT

Viable sous condition. Le modèle économique est intrinsèquement sain : marge brute produit à 98%, seuil d'équilibre atteint dès 4 abonnés actifs, coûts fixes estimés à 190 euros par mois (hébergement 50 euros, API signature 40 euros, validation juridique lissée 100 euros). La structure SaaS pur supporte une montée en charge sans investissement proportionnel. Ce n'est pas là que le projet peut échouer.

Le projet peut échouer sur deux points précis, dans cet ordre : la crédibilité juridique des modèles de contrats, et l'absence de canal de distribution adapté à la cible PME. Ces deux points sont résolubles, mais aucun des deux n'est encore adressé. Tant qu'ils ne le sont pas, le projet reste une promesse technique, pas une offre commerciale opérationnelle.

CONTEXTE DE MARCHE

Le chiffre d'affaires des legaltech françaises a triplé entre 2019 et 2022. 16% des acteurs affichaient une croissance supérieure à 100% en 2022, et 60% des répondants prévoyaient plus de 30% de croissance en 2023. Le segment est en expansion réelle. Mais l'adoption reste plus timide en France et en Allemagne qu'en Europe du Nord, ce qui ralentit structurellement les cycles de vente par rapport aux benchmarks anglo-saxons. Les clients des legaltech sont principalement des entreprises, le plus souvent des PME et ETI. Le segment PME artisanat-commerce-prestation de services reste néanmoins sous-adressé par les solutions premium, qui ciblent en priorité les ETI et les directions juridiques. C'est le créneau réel du projet — un vide identifié, pas une concurrence frontale.

CHIFFRES CLES

Marge de contribution par abonné : 49 euros par mois (prix 50 euros moins coût variable marginal inférieur à 1 euro, estimation standard infrastructure SaaS).

Charges fixes mensuelles estimées	190 euros.
Seuil d'équilibre	4 abonnés actifs.

Scénario conservateur : 20 abonnés, 1 000 euros de chiffre d'affaires mensuel. Scénario réaliste : 60 abonnés, 3 000 euros. Scénario ambitieux : 200 abonnés, 10 000 euros.

Le churn mensuel de référence pour les SaaS ciblant les PME (segment SMB) se situe entre 3 et 5% mensuels. A 100 abonnés et un churn de 4%, 4 clients partent chaque mois et doivent être compensés par de nouvelles acquisitions pour maintenir le MRR. La rétention n'est pas un indicateur secondaire : c'est la variable qui détermine si le modèle tient dans la durée.

LTV par abonné à churn de 4% mensuel : durée de vie moyenne 25 mois, LTV = 25 x 49 = 1 225 euros. A churn de 2% : durée de vie 50 mois, LTV = 2 450 euros. La sensibilité est forte : diviser le churn par deux double la LTV. Le CAC cible pour maintenir un ratio LTV/CAC supérieur à 3 (seuil standard SaaS) est donc de 408 euros maximum en scénario conservateur et de 816 euros en scénario optimisé. Ces plafonds sont tenables avec une prospection directe efficace ou un canal prescripteur.

Sur la conversion, la médiane de conversion essai gratuit vers abonnement payant pour les SaaS B2B se situe entre 18,5% et 25%, avec une médiane à 18,5% en 2025. Cependant, 20% des produits en essai gratuit convertissent en dessous de 2,5% — c'est la fourchette basse dans laquelle le projet risque de se retrouver si l'onboarding est insuffisant et la crédibilité juridique non établie au moment de la décision d'achat. Le jour 7 est décisif : la majorité des conversions B2B surviennent à l'expiration de l'essai, et après le 14e jour le taux tombe à environ 1%. La voie la plus directe vers une meilleure conversion n'est pas un changement produit — c'est une réduction du délai avant que l'utilisateur perçoive une première valeur concrète. Pour ce projet, cela signifie qu'un nouveau client PME doit pouvoir générer un premier contrat opérationnel et signé en moins de 7 jours après son inscription. Ce délai est la métrique d'onboarding numéro un.

LES DEUX CONDITIONS SINE QUA NON

Première condition : la validation juridique des modèles de contrats. Un contrat défaillant généré par le logiciel engage la perception de fiabilité de toute l'offre. Contrairement à un avocat — dont la responsabilité professionnelle est couverte par une assurance obligatoire — un éditeur de logiciel doit anticiper explicitement la question de la réparation dans sa communication, pas seulement dans ses conditions générales. La solution n'est pas de recruter un juriste interne : c'est de nouer un partenariat de vérification avec un cabinet spécialisé droit des affaires PME, en échange d'une visibilité dans l'outil pour les cas qui dépassent l'automatisation. Ce partenariat transforme une faiblesse en argument différenciant mesurable.

Deuxième condition : le canal de distribution. Les PME sans juriste interne ne cherchent pas spontanément un outil juridique. Elles réagissent à une recommandation de leur expert-comptable, de leur fédération professionnelle ou de leur chambre de commerce, ou elles réagissent à une douleur aiguë post-litige. La prospection directe en cold outreach sur ce segment produit des taux de conversion proches de 1 à 3% sur des prospects non-initiateurs — insuffisant pour atteindre 200 abonnés en an 1 sans un volume de contacts industriel. Un canal prescripteur (experts-comptables en particulier, qui ont une relation de confiance établie et un intérêt à orienter leurs clients vers des solutions fiables) réduit mécaniquement le CAC et accélère le cycle de décision. Ce canal n'est pas encore activé.

LA VARIABLE DECISIVE

Le projet n'a pas de problème de modèle économique. Il a un problème de séquençage : il faut des abonnés pour valider l'offre, mais il faut une offre crédible pour avoir des abonnés. La sortie de cette impasse est le partenariat juridique en priorité, suivi immédiatement d'un test d'acquisition sur un segment sectoriel unique et précis — 100 contacts ciblés sur 30 jours, un seul type de contrat, une seule promesse mesurable — pour obtenir un premier taux de conversion réel avant toute décision de développement supplémentaire.

Le projet est viable sous ces deux conditions, et non évaluable complètement tant qu'elles ne sont pas testées sur le terrain.

CHAPITRE 02

Projet, cible et besoin

CE QU'EST LE PROJET

Le projet est un logiciel SaaS qui permet à une PME de générer un contrat courant depuis un modèle paramétrable, de le faire signer électroniquement dans le même environnement, et d'en assurer le suivi (dates, alertes, archivage). Il n'y a pas d'avocat dans la boucle pour chaque acte : le logiciel automatise ce que le dirigeant faisait soit à la main, soit en mobilisant un cabinet. Le modèle de revenus est un abonnement mensuel à 50 euros, sans facturation à l'acte. Le fondateur est en phase de prototype — c'est-à-dire qu'aucune ligne de code n'est en production, qu'aucun contrat n'a été généré par un vrai client, et que les retours terrain se limitent à des réactions sur maquettes. C'est un stade d'intention validée, pas de produit validé.

Marge de contribution par abonné	49 euros (50 euros moins moins d'1 euro de coût variable marginal d'infrastructure).
Charges fixes mensuelles estimées	190 euros.
Seuil d'équilibre	4 abonnés actifs.

La structure financière est saine par construction — c'est l'acquisition et la rétention qui portent tout le risque, pas le modèle en lui-même.

STADE D'AVANCEMENT ET CONTRAINTE RÉGLEMENTAIRE IMMÉDIATE

Il existe une contrainte structurelle que le fondateur n'a pas nommée explicitement : la frontière légale entre outil d'automatisation documentaire et exercice illégal de la profession d'avocat. La consultation juridique, la rédaction d'actes ainsi que l'assistance et la représentation des justiciables sont depuis 1971 un monopole des avocats. La legaltech a néanmoins obtenu une jurisprudence favorable sur ce point précis : la legaltech a suscité une jurisprudence spécifique, plutôt favorable, à condition que les acteurs se cantonnent à leur rôle d'outil et d'intermédiaire — la Cour de cassation a jugé qu'un service en ligne se bornant à fournir un outil technique de génération de documents ne constitue pas, par lui-même, un exercice illégal du droit. La ligne de partage est donc claire : tant que le logiciel génère à partir de modèles préétablis sans analyser la situation personnelle du client pour y appliquer une règle de droit, il reste dans le périmètre légal. Une startup tech de services juridiques peut accueillir des investisseurs au capital, mais ne peut pas pratiquer le conseil juridique personnalisé réservé aux avocats — elle doit proposer des outils, de la documentation ou de l'automatisation sans franchir cette ligne. Ce cadre est praticable, mais il impose une discipline de conception : le logiciel ne conseille pas, il génère. Toute fonctionnalité qui analyse une situation et recommande une clause sort du périmètre autorisé.

LA CIBLE — QUI SONT VRAIMENT CES PME

60 % des PME françaises n'ont pas de service juridique interne. Le nombre de PME en France s'élevait à plus de 159 000 selon les derniers chiffres de 2024. En appliquant ce taux, le bassin théorique de cibles directes dépasse 95 000 structures. L'effectif moyen d'une PME hors micro est d'environ 27 salariés, sachant que plus de la moitié de ces PME ont moins de 20 salariés. Ce profil — une vingtaine de salariés, un dirigeant qui décide seul ou avec son DAF, pas de juriste — est exactement celui qui signe des contrats courants (prestation de services, sous-traitance, contrat de travail, CGV, NDA) de façon répétée et sans procédure formalisée.

Selon une étude du cabinet Altman Weil, plus de 70 % des entreprises de moins de 250 salariés déclarent

manquer de ressources pour gérer correctement leurs obligations légales courantes. Ce chiffre pose le marché sous son meilleur angle — mais il ne dit pas quelle proportion de ces entreprises est prête à payer pour résoudre ce problème avec un outil, plutôt qu'en continuant à improviser. C'est là que la réalité devient moins confortable.

LE BESOIN RÉEL ET SA PROFONDEUR

Le fondateur formule le besoin comme un gain de temps et une sécurisation des contrats à moindre coût. C'est exact mais incomplet. Il y a trois niveaux de besoin chez cette cible, et ils n'ont pas le même poids commercial.

Niveau 1 — Besoin fonctionnel : générer vite un contrat sans chercher un modèle sur internet ou appeler son avocat. Ce besoin existe. Le dirigeant y consacre du temps non productif à chaque occurrence. Aujourd'hui, une entreprise de dix personnes peut avoir à gérer des contrats de freelance, des CGV à jour, des signatures électroniques validées légalement — le tout en parallèle du reste.

Niveau 2 — Besoin économique : éviter le coût ponctuel d'un avocat. Pour un contrat standard, les tarifs peuvent commencer à partir de 500 euros — pour des contrats plus complexes, les honoraires peuvent atteindre plusieurs milliers d'euros. Un abonnement mensuel pour TPE/PME auprès d'un cabinet démarre à partir de 500 euros par mois. À 50 euros par mois, le logiciel est de six à dix fois moins cher qu'un abonnement cabinet et représente moins d'un dixième du coût de rédaction d'un seul contrat standard. L'équation économique est objective et facile à démontrer.

Niveau 3 — Besoin de réassurance : ne pas avoir peur que le contrat tienne. C'est le besoin le plus profond et le plus difficile à satisfaire. Le dirigeant qui signe avec un avocat achète aussi une assurance psychologique et une responsabilité externalisée. Un logiciel ne fournit ni l'une ni l'autre par défaut. Selon le baromètre Axa Protection Juridique 2023, le coût moyen d'une procédure aux prud'hommes oscille entre 25 000 et 60 000 euros. C'est cette asymétrie — 50 euros par mois face à un risque potentiel de 50 000 euros — qui alimente la résistance à l'achat, même quand le besoin fonctionnel est réel.

CONSENTEMENT À PAYER ET SA LIMITE

Le prix de 50 euros par mois est bien positionné dans la zone de friction minimale : en dessous du budget d'une prestation juridique ponctuelle, au-dessus du seuil d'un outil perçu comme gadget. Il s'aligne sur les benchmarks SaaS B2B pour des outils de productivité PME (Pennylane, Indy, Factorial se positionnent dans des fourchettes 30 à 80 euros par mois). La limite haute du consentement à payer se situe vraisemblablement entre 80 et 120 euros par mois pour ce segment, à condition que la promesse de fiabilité juridique soit crédible — au-delà, le dirigeant commence à raisonner en équivalent-avocat et revient vers un cabinet. En dessous de 30 euros, le produit est perçu comme un simple générateur de documents sans valeur ajoutée. La zone de prix retenue est donc défendable, mais elle ne laisse aucune marge d'erreur sur la perception de qualité : à 50 euros, on attend un contrat qui tient, pas un modèle Word amélioré.

CHAPITRE 03

Marché et environnement

TAILLE ET DYNAMIQUE DU MARCHE GLOBAL

Le marché mondial de l'intelligence artificielle appliquée à la LegalTech constitue le cadre macroéconomique dans lequel ce projet s'inscrit directement. Ce marché est estimé à 10,81 milliards de dollars en 2024 et devrait progresser à un TCAC d'environ 16,67% sur la période 2025-2032. En France, le segment de l'IA juridique est plus restreint mais en accélération : le marché français de l'IA légale était estimé à 45,5 millions de dollars en 2024 et devrait croître d'environ 17% par an pour atteindre 257,8 millions de dollars en 2035. Cette croissance est portée par la demande d'automatisation dans des applications telles que la gestion et la rédaction de contrats, la conformité réglementaire et l'eDiscovery.

Du côté de l'écosystème LegalTech français plus largement, la maturité s'installe : si l'on observe une baisse de la création de nouvelles LegalTech, la moyenne d'âge des acteurs tend à s'élever, avec deux tiers des entreprises du groupe qui ont plus de cinq ans d'existence. En 2022, 24% des entreprises ont levé des fonds pour un total de 22 millions d'euros ; 2024 prévoit un retour à des niveaux d'investissement plus classiques avec 21 millions d'euros de levées estimées. Le secteur consolide, ce qui signifie que la fenêtre pour s'établir sur un segment non encore adressé reste ouverte mais se referme progressivement.

MARCHE TOTAL, DESSERVI, ATTEIGNABLE

Le marché total adressable (TAM) s'appuie sur le tissu PME français. La France comptait en 2024 environ 159 000 PME hors microentreprises, employant près de 4,5 millions de salariés. Si l'on intègre les microentreprises et TPE qui ont des besoins contractuels récurrents, le nombre total de TPE et PME en France dépasse les 174 000 structures hors microentreprises en 2023. En retenant une définition large du cœur de cible — PME de 5 à 249 salariés, sans juriste interne — la fourchette réaliste est de 100 000 à 130 000 entités actives sur le territoire.

Le marché desservi (SAM) correspond aux PME qui ont à la fois un besoin contractuel récurrent (prestataires de services, artisans du BTP, commerce B2B) et une appétence démontrée pour les outils numériques. En 2025, 78% des dirigeants de TPE/PME considèrent que le numérique a de réels bénéfices pour leur entreprise. Ce sous-ensemble numérique-friendly représente de l'ordre de 80 000 à 100 000 PME.

Le marché atteignable (SOM) à 24 mois, avec un seul fondateur sans canal établi, se situe entre 500 et 2 000 abonnés, soit 0,5 à 2% du SAM — une fourchette conservative mais honnête au regard des benchmarks de conversion SaaS B2B. À 50 euros par mois, cela représente un MRR potentiel de 25 000 à 100 000 euros à l'horizon de deux ans, si le churn est maîtrisé et le canal de distribution activé.

SEGMENTATION SECTORIELLE — OU CONCENTRER L'EFFORT

Les PME françaises ne sont pas un bloc homogène. Elles opèrent dans une vaste gamme de secteurs, avec une prédominance notable dans les services, le commerce, l'artisanat et l'industrie. Trois segments présentent une densité contractuelle élevée et une faible couverture juridique interne :

Prestataires de services aux entreprises (conseil, communication, IT, formation) : contrats de prestation récurrents, sous-traitance, NDA — volume élevé d'actes répétitifs, dirigeants sensibles au gain de temps.

Artisans et entreprises du BTP : devis, contrats de sous-traitance, conditions générales de vente — segment

très peu équipé en outils juridiques, mais culturellement plus résistant au SaaS.

Commerce interentreprises (grossistes, distributeurs, agents commerciaux) : contrats de distribution, mandats, conditions générales d'achat — besoin de standardisation fort et risque de litige élevé en cas d'actes mal rédigés.

La segmentation par secteur n'est pas un choix esthétique : elle permet de calibrer les modèles de contrats proposés, de cibler les prescripteurs sectoriels (fédérations professionnelles, chambres de métiers) et de réduire mécaniquement le CAC en concentrant la prospection sur un vivier homogène.

TENDANCES STRUCTURANTES

Quatre tendances de fond façonnent le marché à moyen terme et créent le contexte favorable dans lequel ce projet entre.

Accélération de l'IA générative dans la rédaction juridique. L'arrivée de ChatGPT en novembre 2022 a changé définitivement la donne : en quelques mois, l'IA générative a été intégrée dans pratiquement toutes les offres LegalTech. Cela signifie que la génération automatique de contrats n'est plus perçue comme de la science-fiction par les dirigeants PME — l'éducation du marché est en cours, portée par des acteurs bien financés.

Consolidation vers le haut du marché. En avril 2023, le fonds Summit Partners est entré au capital de Doctrine avec 120 millions d'euros ; Thomson Reuters a racheté Casetext pour 650 millions de dollars ; en 2024, LexisNexis a acquis la LegalTech belge Henchman pour 160 millions d'euros, record en Europe. Ces mouvements concentrent les ressources sur les solutions à destination des directions juridiques des grandes entreprises, laissant le segment PME sous-investi.

Retard d'adoption français. Le Royaume-Uni et les Pays-Bas se distinguent comme les marchés les plus matures en Europe ; l'adoption reste plus timide en France et en Allemagne. Ce retard est un frein à court terme (cycles de vente plus longs, résistance culturelle) mais un avantage structurel : quand l'adoption s'accélère, les premiers acteurs en place captent une part de marché disproportionnée.

Obligation de conformité eIDAS renforcée. La signature électronique des contrats en France est régie par le règlement eIDAS et les articles 1366 et 1367 du Code civil ; depuis 2026, le règlement eIDAS 2.0 est entré en vigueur avec une mise en oeuvre progressive, renforçant les exigences d'authentification et introduisant le portefeuille d'identité numérique européen. Tout logiciel de génération et signature de contrats doit intégrer ces nouvelles exigences dès sa conception — c'est une contrainte de conformité non négociable qui représente un coût de mise à niveau pour les entrants tardifs, et un argument différenciant pour ceux qui s'en emparent dès maintenant.

CONTRAINTE REGLEMENTAIRE SPECIFIQUE AU POSITIONNEMENT

Un point structurel que le fondateur ne semble pas avoir formalisé : la frontière entre l'outil et la consultation juridique est encadrée par la loi du 31 décembre 1971 sur le périmètre du droit. L'article 66-4 de cette loi restreint le démarchage en vue de rédiger des actes en matière juridique ; des prestations en apparence anodines — orienter un client vers telle solution selon sa situation — constituent des qualifications juridiques réservées ; la LegalTech a cependant suscité une jurisprudence spécifique, plutôt favorable, à condition que les acteurs se cantonnent à leur rôle d'outil et d'intermédiaire. La ligne de sécurité est claire : le logiciel génère des modèles standardisés que l'utilisateur adapte librement — il ne conseille pas, ne qualifie pas la situation juridique du client, et ne recommande pas quel contrat choisir parmi plusieurs. Toute communication commerciale ou interface qui franchit cette ligne expose le projet à un risque pénal sérieux. Ce bornage doit être intégré dès la conception du produit, pas ajouté en cours de route.

PAYSAGE CONCURRENTIEL TROIS ZONES DISTINCTES

Les concurrents se répartissent en trois niveaux qui ne se substituent pas directement à ce projet.

Solutions CLM haut de marché (Juro, Ironclad, Contractbook) : Ironclad est positionné pour les équipes juridiques d'entreprise, Juro pour les équipes commerciales à forte cadence, PandaDoc pour les petites entreprises. Juro n'est pas la meilleure option pour les petites entreprises à budget limité ; les avis utilisateurs confirment qu'il peut être coûteux pour les petits budgets. Ces solutions visent des directions juridiques constituées, pas des PME sans juriste. Elles sont hors budget et hors usage pour la cible de ce projet.

Générateurs de documents généralistes (LegalPlace, Legalstart, Captain Contrat en France) : ils proposent des modèles à l'acte ou en abonnement autour de 30 à 80 euros par mois selon le niveau de service. Leur faiblesse structurelle est l'absence de suivi post-signature et le manque de personnalisation s

CHAPITRE 04

Concurrence, positionnement et go-to-market

LA CARTE CONCURRENTIELLE

Le fondateur a mentionné "des solutions généralistes de documents et les cabinets d'avocats". Ce périmètre est incomplet. Le marché réel se compose de quatre familles de concurrents, aux niveaux de prix et de positionnement très distincts.

Famille 1 — Les plateformes juridiques généralistes TPE/PME (concurrent le plus immédiat)

Captain Contrat, LegalPlace et Legalstart sont les acteurs historiques de la création et de la gestion juridique en ligne. Captain Contrat propose une assistance juridique Essentiel à 50 euros HT/mois, qui inclut un juriste répondant en un jour ouvré, l'accès à l'ensemble des templates et la génération de documents personnalisés illimitée. Legalstart affiche un abonnement à 29,90 euros HT/mois avec juriste interne. Captain Contrat propose également un abonnement Premium à 249 euros HT/mois avec accès aux avocats. Ces acteurs ont donc exactement le même prix d'entrée que le projet (50 euros/mois), une marque établie, et Captain Contrat a accompagné plus de 50 000 entrepreneurs dans leurs démarches. C'est le concurrent frontal sur le prix et sur la cible. La différence décisive : ces plateformes sont centrées sur la création d'entreprise et l'administratif, pas sur le suivi et la gestion des contrats courants récurrents au quotidien de la PME. Leur modèle est ponctuel ou généraliste, pas orienté flux contractuel.

Famille 2 — Les CLM (Contract Lifecycle Management) montants

Tomorro propose une plateforme CLM complète (rédaction, négociation, signature, suivi) avec IA générative, bibliothèque de clauses, e-signature et intégrations Salesforce/HubSpot/Slack. La tarification est sur devis uniquement, ciblant une clientèle TPE jusqu'aux grands comptes. Ses clients incluent Nestlé, Vinci, Ingenico et Welcome to the Jungle — ce ne sont pas des PME de 10 salariés. Hyperlex et Gino Legaltech, solution IA pour la rédaction, l'analyse et le suivi des contrats, sont les deux autres acteurs CLM français du segment professionnel. Ces outils sont structurellement hors-cible pour la PME sans juriste : trop complexes, trop chers, conçus pour des directions juridiques.

Famille 3 — Les outils de signature électronique

DocuSign, YouSign et SignNow adressent la signature mais pas la génération ni le suivi. Leur prix varie de 10 à

40 euros/mois. Ils ne sont pas des concurrents directs sur l'offre globale, mais des substituts partiels que la PME peut combiner avec des modèles Word trouvés en ligne.

Famille 4 — Le cabinet d'avocats traditionnel

Tarif de rédaction d'un contrat courant : 300 à 1 500 euros l'acte selon la complexité. Les legaltech affichent des tarifs quatre fois moins chers que les cabinets traditionnels grâce à l'automatisation suivie d'une intervention humaine. Le cabinet reste la référence de confiance mais est structurellement hors budget pour les actes répétitifs.

Lecture fonctionnelle comparative :

Génération de contrat PME	Captain Contrat oui / Legalstart oui / Tomorro non (ETI+) / Projet oui
Signature intégrée	Captain Contrat non natif / Legalstart non / Tomorro oui / Projet oui
Suivi du cycle contractuel	Captain Contrat non / Legalstart non / Tomorro oui / Projet oui
Spécialisation secteur PME	Captain Contrat partiel / Legalstart non / Tomorro non / Projet à construire
Prix entrée mensuel	Captain Contrat 50 euros / Legalstart 29,90 euros / Tomorro sur devis / Projet 50 euros

FENÊTRE DE MARCHÉ ET ANGLE DIFFÉRENCIANT

Le vrai angle libre n'est pas le prix — il est déjà occupé à 30-50 euros/mois. Il est dans la combinaison flux contractuel + suivi + secteur d'activité précis, que personne ne sert aujourd'hui dans le segment PME low-ticket. L'adoption des outils LegalTech reste plus timide en France qu'en Europe du Nord, ce qui ralentit le marché mais laisse le segment PME ouvert. La fenêtre est réelle : la France compte plus de 250 legaltech actives ayant levé collectivement plus de 200 millions d'euros, sur un marché estimé à environ 150 millions d'euros croissant à 25% par an en moyenne — mais aucun acteur dominant ne s'est positionné sur la gestion des contrats courants de la PME artisanale ou prestataire de services avec un produit simple, autonome et sectoriel. Cette fenêtre se fermera dès que l'un des acteurs historiques étendra son offre dans cette direction, ce qui est probable sous deux à trois ans.

CANAUX D'ACQUISITION ET CAC PAR CANAL

En B2B SaaS, le CAC moyen pour les offres destinées aux PME se situe entre 270 et 300 euros. À 50 euros d'abonnement mensuel et 49 euros de marge nette par client, le payback period sur ce CAC moyen est de 6 mois — acceptable si le churn mensuel reste sous 2%. Un payback de 12 à 18 mois est généralement considéré sain pour un SaaS B2B ; au-delà de 24 mois, l'entreprise peut faire face à des tensions de trésorerie. À 50 euros/mois, le seuil de danger est un CAC supérieur à 600 euros.

Canal 1 — Prospection directe (cold email + LinkedIn)

CAC estimé : 150 à 300 euros (temps fondateur valorisé à taux minimal). Taux de conversion : 1 à 3%. Volume atteignable en solo : 5 à 10 nouveaux clients par mois. Adapté pour les 60 premiers clients, pas pour scaler au-delà.

Canal 2 — Canal prescripteur expert-comptable (priorité stratégique) En France, les experts-comptables sont des prescripteurs de logiciels capables d'imposer une solution à l'ensemble de leur portefeuille clients. "Les cabinets comptables sont le canal de distribution le plus puissant du secteur. Ce sont eux qui décident, en pratique, quel logiciel utilisent les PME." La France compte environ 21 000 experts-comptables répartis dans près de 19 000 cabinets. Vendre à un cabinet comptable, c'est souvent toucher indirectement tout son portefeuille de clients PME. Le pitch gagnant consiste à positionner l'expert-comptable comme partenaire prescripteur — "proposez

notre solution à vos clients, devenez leur conseiller sur ce sujet, et renforcez votre relation avec eux" — plutôt que comme simple client acheteur. CAC dans ce canal : proche de zéro sur le client final une fois l'accord cadre signé avec le cabinet, mais investissement commercial concentré sur le recrutement du prescripteur (estimé 5 à 10 rendez-vous pour un accord, soit 2 à 3 semaines de démarche). Un seul cabinet prescripteur activé représente un potentiel de 10 à 50 PME recommandées.

Canal 3 — SEO et contenu juridique PME CAC le plus bas sur la durée, mais délai de 6 à 12 mois avant premier trafic organique significatif. Les entreprises qui investissent dans le contenu et le référencement naturel affichent généralement un CAC inférieur de 30 à 50% à celles qui s'appuient exclusivement sur la publicité payante. Ce canal est à construire dès le lancement, mais ne produit pas de clients en an 1 si le démarrage est tardif.

Canal 4 — Publicité payante (Google Ads / LinkedIn Ads) Les coûts publicitaires ont augmenté de 60% depuis 2020 en SaaS. À 50 euros/mois d'abonnement, le paid est difficilement rentable sans optimisation avancée du funnel : le CAC en paid B2B SaaS PME dépasse facilement 400 à 600 euros. À éviter en phase d'amorçage sans validation de la conversion.

Séquence recommandée : mois 1 à 3, prospection directe sur un secteur unique pour valider la conversion et l'onboarding ; mois 2 à 6, approche de 5 à 10 cabinets experts-comptables sur le segment choisi pour signer un premier accord prescripteur ; mois 6 à 12, contenu SEO en parallèle pour réduire le CAC long terme. Le paid n'a pas de place avant 80 à 100 abonnés actifs.

LTV, CAC ET SEUIL DE VIABILITÉ

LTV = marge nette mensuelle / churn mensuel

Churn 4% : LTV = 49 / 0,04 = 1 225 euros — ratio LTV/CAC à 270 euros de CAC = 4,5 (sain, au-dessus du seuil critique de 3).

Churn 2%	LTV = 49 / 0

CHAPITRE 05

Modèle économique, coûts, trésorerie et projections

STRUCTURE DE PRIX ET MARGE UNITAIRE

Prix de vente	50 euros par abonné par mois (abonnement mensuel, sans engagement annoncé).

Coût variable marginal : inférieur à 1 euro par client supplémentaire (infrastructure SaaS — standard du secteur).

Marge de contribution par abonné actif	49 euros par mois, soit 98% de marge brute sur le produit.

Cette marge brute est dans le haut de la fourchette attendue. Les marges brutes de 70 à 85% sont considérées comme saines en SaaS — un modèle qui atteint 98% dispose d'un levier structurel exceptionnel, à la condition que les charges fixes et le coût d'acquisition soient contrôlés.

CHARGES FIXES ET POINT MORT

Charges fixes mensuelles retenues (hypothèses conservatrices citées, données fondateur quasi absentes) :

- Hébergement SaaS : 50 euros
- API signature électronique : 40 euros
- Validation juridique des modèles lissée : 100 euros

Total charges fixes	190 euros par mois
Point mort	190 / 49 = 4 abonnés actifs.

Ce seuil est très bas et constitue la force structurelle du modèle. Il signifie que le projet n'est pas en risque de survie économique au sens strict dès les premières semaines. Le risque n'est pas de ne pas couvrir les charges — il est de ne pas atteindre une base suffisante pour que le modèle devienne un revenu viable pour le fondateur. À 50 euros par abonné, atteindre l'équivalent d'un SMIC net (environ 1 400 euros) exige 29 abonnés actifs. Ce jalon est plus utile comme cap opérationnel que le point mort comptable.

LTV, CAC ET RAPPORT LTV/CAC

La LTV se calcule ainsi	MRR par abonné × marge brute / taux de churn mensuel.
LTV à churn 2%	50 × 0,98 / 0,02 = 2 450 euros
LTV à churn 3,5%	50 × 0,98 / 0,035 = 1 400 euros
LTV à churn 5%	50 × 0,98 / 0,05 = 980 euros

Le churn moyen en B2B SaaS s'établit à 3,5% mensuel, dont 2,6% de churn volontaire et 0,8% de churn involontaire (défaillance de paiement). Pour un projet en phase précoce ciblant les PME sans juriste, la fourchette réaliste est 3 à 5% mensuel avant que l'onboarding ne soit optimisé. Un churn mensuel en dessous de 3% est excellent ; au-dessus de 7% devient préoccupant.

Le CAC estimé dépend directement du canal. Les programmes de référencement et parrainage délivrent typiquement le CAC le plus bas, autour de 150 dollars par client, tandis que la prospection outbound atteint environ 1 980 dollars par client. Pour ce projet à 50 euros d'abonnement, seul un canal à faible CAC est économiquement viable. Hypothèse conservatrice retenue : CAC entre 100 et 250 euros (prospection directe fondateur + partenariats prescripteurs, sans équipe commerciale).

Rapport LTV/CAC selon les scénarios :

- Churn 5%, CAC 250 euros : LTV 980 euros / CAC 250 euros = 3,9 — acceptable mais fragile
- Churn 3,5%, CAC 200 euros : LTV 1 400 / 200 = 7,0 — sain
- Churn 2%, CAC 150 euros (canal prescripteur) : LTV 2 450 / 150 = 16,3 — excellent

La médiane du ratio LTV/CAC pour les entreprises B2B SaaS privées s'établissait à 3,6:1 en 2024, selon les données Benchmarkit 2025. Le projet peut se situer nettement au-dessus de cette médiane si le churn est contenu et le canal d'acquisition peu coûteux — ce qui confirme que le levier principal n'est pas le prix, mais la rétention.

Payback period sur le CAC :

- CAC 200 euros / marge mensuelle 49 euros = 4,1 mois
- Un payback period inférieur à 12 mois est la cible standard. Le projet est structurellement en dessous de ce seuil même en scénario dégradé.

TRÉSORERIE, BURN ET RUNWAY

Le fondateur n'a pas communiqué de capital de départ ni de charges personnelles. Une seule hypothèse peut être posée avec honnêteté : si le fondateur opère sans se rémunérer et sans coût de développement extérieur (construction personnelle du prototype), le burn mensuel est de 190 euros. Avec 1 000 euros de capital de départ, le runway dépasse cinq ans — ce qui ne signifie pas l'absence de risque, mais confirme que le risque de liquidité court terme est nul si le fondateur reste en mode bootstrap pur.

Le besoin en fonds de roulement est quasi nul : l'abonnement est prélevé avant la délivrance du service, il n'y a pas de délai de règlement client, pas de stock, pas de livraison physique. La trésorerie est par construction positive dès le premier abonné.

La tension de calendrier n'est pas une tension de trésorerie : c'est une tension de temps. Chaque mois sans abonnés payants est un mois où le fondateur finance sur son temps sans retour, ce qui crée une pression indirecte sur la durée du projet.

VARIABLE GOUVERNANTE DU MODÈLE

La variable qui gouverne tout est le nombre d'abonnés actifs retenus chaque mois, pas le nombre de nouveaux clients acquis. À churn 3,5%, un portefeuille de 100 abonnés perd entre 3 et 4 clients par mois qu'il faut remplacer pour maintenir le MRR. À churn 5%, ce sont 5 départs mensuels — soit plus d'un par semaine à compenser. Le churn tend à être plus élevé dans les phases précoces d'une entreprise et diminue à mesure que la société mûrit, selon les recherches de ChartMogul. Le modèle est donc plus vulnérable en an 1 qu'en an 2, ce qui plaide pour une hyperfocalisation sur la rétention des premiers 30 clients avant toute tentative d'accélération.

TROIS SCÉNARIOS CHIFFRÉS SUR 24 MOIS

Les jalons ci-dessous sont exprimés en abonnés actifs et MRR (mensuel recurring revenue).

CONSERVATEUR — hypothèse clé : acquisition organique seule, pas de canal structuré, churn 5% mensuel non compensé par l'onboarding.

Le taux de conversion freemium-vers-payant en Legal/LegalTech s'établit à 5,7% selon les données First Page Sage. En prospection froide sans prescripteur, la conversion effective est inférieure.

M6	15 abonnés actifs — 750 euros MRR
M12	25 abonnés actifs — 1 250 euros MRR
M18	35 abonnés actifs — 1 750 euros MRR
M24	45 abonnés actifs — 2 250 euros MRR

Ce scénario est autofinancé dès M1 (point mort à 4 abonnés), mais ne génère pas de revenu viable pour le fondateur avant M12 au minimum.

RÉALISTE — hypothèse clé : prospection directe active (LinkedIn, cold email) sur un segment sectoriel ciblé + premier partenariat prescripteur (expert-comptable ou fédération) activé vers M4, churn ramené à 2,5% par un onboarding structuré.

M6	40 abonnés actifs — 2 000 euros MRR
M12	75 abonnés actifs — 3 750 euros MRR

M18	120 abonnés actifs — 6 000 euros MRR
M24	170 abonnés actifs — 8 500 euros MRR

Ce scénario franchit le seuil de rémunération viable (>3 000 euros nets) entre M9 et M12, avec un modèle qui tient sans financement extérieur.

AMBITIEUX — hypothèse clé : canal prescripteur à forte volumétrie activé dès M3 (réseau d'experts-comptables ou intégrateur), validation juridique crédible dès le lancement, churn inférieur à 2%.

Le taux de conversion essai-vers-payant en Legal/LegalTech atteint 23,1%, porté par des besoins professionnels spécifiques et des gains de productivité identifiables. Ce niveau est accessible si l'essai est bien guidé et la valeur perçue immédiate.

M6	80 abonnés actifs — 4 000 euros MRR
M12	180 abonnés actifs — 9 000 euros MRR
M18	300 abonnés actifs — 15 000 euros MRR
M24	450 abonnés actifs — 22 500 euros MRR

Ce scénario correspond à la cible "quelques centaines de PME en an 1" formulée par le fondateur, et la dépasse en an 2 — il est atteignable uniquement si le canal partenaire est opérationnel avant M6.

LECTURE TRANSVERSALE DES SCÉNARIOS

La divergence entre les trois scénarios n'est pas liée à la qualité du produit ni à son prix : elle est entièrement liée au canal d'acquisition et au taux de rétention. Un delta de 3 points de churn mensuel (2% contre 5%) représente, à 200

CHAPITRE 06

Opérations, exécution et équipe

PRODUCTION DE L'OFFRE — UNE CHAINE COURTE MAIS CHAQUE MAILLON COMPTE

Le logiciel repose sur une architecture SaaS standard à trois couches : génération de documents par moteur de templates conditionnels, signature électronique via API tierce, stockage et suivi des contrats en espace client. Le fondateur construit lui-même le prototype, ce qui maintient les coûts de développement à zéro en phase amorçage — avantage réel, mais qui crée une concentration de compétences sur une seule personne, point traité plus bas.

Couche génération : un moteur de templates à logique conditionnelle (type questionnaire dynamique) est la norme du secteur. La rédaction d'actes représente 36% du marché des LegalTechs françaises, et les acteurs en place comme Angelaw, Captain Contrat ou LegalPlace ont tous résolu cette couche avec des clausiers dynamiques validés par des juristes. La différenciation ne viendra pas de la technique de génération — elle viendra de la spécialisation sectorielle et de la qualité juridique des modèles. Avant de choisir une LegalTech, les utilisateurs vérifient systématiquement que les documents générés sont validés par des juristes : c'est un prérequis de marché, pas un argument différenciant.

Couche signature : le marché des API de signature électronique est mature et concurrentiel. Yousign propose un abonnement Pro à partir de 25 euros HT par mois, incluant 50 envois de signature simple par mois. DocuSign couvre la signature simple à 38 euros HT par mois en plan Standard, avec un surcoût pour la signature qualifiée

eIDAS. Pour les contrats courants des PME (prestation de service, sous-traitance, CGV), la signature simple eIDAS suffit dans la grande majorité des cas — ce qui maintient le coût d'API entre 25 et 40 euros par mois à faible volume, cohérent avec l'estimation retenue dans le calcul préalable. La dépendance à un fournisseur d'API de signature est cependant un risque opérationnel réel : une évolution tarifaire ou une interruption de service d'un acteur tiers se répercute immédiatement sur le produit. La parade standard est d'abstraire l'intégration signature derrière une couche logicielle interne permettant de basculer d'un fournisseur à un autre sans refonte.

Couche hébergement et données : les plateformes LegalTech doivent respecter le RGPD, utiliser un chiffrement des données, disposer de certifications de sécurité (ISO 27001) et proposer un hébergement en France. Ce n'est pas une option — c'est une exigence que les PME clientes formuleront dès les premières discussions commerciales, et dont l'absence dans la communication du produit constitue un obstacle à la signature. L'hébergement sur un cloud français ou européen certifié (OVHcloud, Scaleway) est à prévoir dès le lancement commercial, avec un impact coût marginal à faible volume.

LIVRAISON

LE DELAI ENTRE INSCRIPTION ET PREMIER CONTRAT OPERATIONNEL

La livraison est entièrement en self-service : le client s'inscrit, renseigne un questionnaire, génère son contrat, l'envoie à la signature via l'interface, et le retrouve dans un espace de suivi. Ce mode de livraison est cohérent avec le ticket à 50 euros mensuel — aucun accompagnement humain systématique n'est économiquement justifiable à ce niveau de prix. Il faut compter deux à cinq jours pour maîtriser les fonctionnalités principales d'une nouvelle solution LegalTech, ce qui signifie que l'onboarding doit être suffisamment guidé pour que ce délai ne décourage pas les clients PME, peu enclins à consacrer du temps à la prise en main d'un outil.

Le premier contrat généré est le moment de vérité. Plus de 70% des entreprises de moins de 250 salariés déclarent manquer de ressources pour gérer correctement leurs obligations légales courantes — la douleur est réelle, mais elle ne se traduit pas spontanément en adoption si le premier usage est complexe. L'objectif opérationnel non négociable : zéro friction entre l'inscription et la génération du premier contrat signé, en moins de 20 minutes pour un utilisateur sans formation préalable.

DEPENDANCES CRITIQUES ET PARADES

Trois dépendances sont à cartographier explicitement.

Dépendance 1 — fournisseur API signature : risque de hausse tarifaire ou de coupure de service. Parade : double intégration avec au moins deux fournisseurs (Yousign et un alternatif), coût marginal en développement, protection substantielle.

Dépendance 2 — juriste ou cabinet validant les modèles : si un seul cabinet valide l'ensemble du corpus contractuel, sa décision de ne pas renouveler le partenariat fragilise la crédibilité du produit. Parade : formaliser un accord avec deux partenaires juridiques distincts dès an 1, avec une répartition par type de contrat.

Dépendance 3 — le fondateur lui-même : si une seule personne concentre la vision, les relations clients, le jugement produit et la résilience opérationnelle de l'entreprise, celle-ci présente un point de défaillance unique. En phase de prototype, c'est inévitable et acceptable. Ce l'est nettement moins à partir du moment où des PME sont abonnées et dépendent du service pour leurs actes courants. Si le fondateur est incapacité par une maladie ou une crise, l'organisation entière devient instable et potentiellement non viable. La parade concrète est double : documentation exhaustive du code source et des processus dès le départ (pour permettre une reprise par un tiers), et identification d'un développeur ou d'un associé technique de secours avant d'atteindre 50 abonnés actifs.

Situation actuelle : fondateur seul, compétences techniques suffisantes pour construire le prototype, disponibilité et capital-temps comme principal apport. La plupart des fondateurs solo ont une ou deux compétences fortes — technique, produit, vente — et des faiblesses ailleurs. Dans ce projet, les lacunes déclarées sont précisément les deux compétences les plus critiques pour le secteur : la validation juridique et le canal de vente.

Compétence manquante prioritaire n°1 — juridique : l'absence de validation juridique des modèles n'est pas un risque parmi d'autres, c'est le risque existentiel du modèle. Un contrat de prestation de service mal rédigé qui expose un client PME à un litige non couvert tue la réputation du produit en quelques semaines dans un marché où le bouche à oreille est le premier canal. La parade n'est pas de recruter un juriste — c'est de nouer un partenariat structuré avec un cabinet spécialisé en droit des affaires PME, rémunéré en honoraires fixes mensuels ou en visibilité, dès avant le lancement commercial.

Compétence manquante prioritaire n°2 — vente B2B PME : prospecter des dirigeants de PME sur la promesse d'un outil juridique demande une maîtrise spécifique du cycle de vente courte, de la preuve sociale rapide et de la gestion des objections liées à la fiabilité. Ce n'est pas la même mécanique que la vente SaaS standard. La trajectoire réaliste n'est pas de recruter un commercial à plein temps avant 60 abonnés actifs — à ce stade, le fondateur vend lui-même, avec des scripts testés et un processus de démonstration standardisé de moins de 30 minutes.

Trajectoire équipe sur 24 mois :

Mois 1 à 6 : fondateur seul, partenaire juridique sous accord formalisé, un développeur freelance de secours identifié et briefé sur le code source.

Mois 6 à 12 : si le scénario réaliste est atteint (60 abonnés, 3 000 euros de MRR), activation d'un premier canal partenaire prescripteur (réseau d'experts-comptables ou fédération sectorielle) sans recrutement commercial direct.

Mois 12 à 24 : à 100 abonnés actifs et au-delà, la charge de support client et de mise à jour des modèles justifie un premier recrutement — profil hybride juriste-chargé de contenu, pas un développeur supplémentaire, car la charge technique reste faible en SaaS pur à ce volume.

La fragilité principale n'est pas l'absence de co-fondateur — elle est l'absence de toute redondance humaine sur les fonctions critiques, ce qui impose de construire des systèmes de documentation et de partenariat solides avant que le volume d'abonnés ne rende une défaillance opérationnelle coûteuse à absorber.

CHAPITRE 07

Financement et cadre juridique

BESOIN REEL DE FINANCEMENT

Le fondateur a répondu que le projet nécessite peu de capital, surtout du temps de développement. C'est exact en phase de construction pure, mais cela mérite d'être décomposé avec précision.

Les charges fixes du modèle ont été établies à environ 190 euros par mois : hébergement SaaS, API de signature électronique, validation juridique lissée. À ce niveau, le besoin en cash est quasi nul pour maintenir le service

une fois lancé. Mais cette lecture ne couvre pas les dépenses préalables au premier euro de revenu.

Estimation des dépenses pré-revenu, poste par poste :

Validation juridique des modèles contractuels (honoraires d'un cabinet) : entre 1 500 et 4 000 euros en one-shot pour un corpus de 8 à 10 modèles de contrats courants, selon la complexité et le mode de contractualisation avec le cabinet.

Intégration API signature électronique et développement du prototype finalisé : si le fondateur construit lui-même, le coût est celui du temps ; si une partie est sous-traitée, prévoir 1 000 à 3 000 euros.

Frais de structure (immatriculation, assurance responsabilité civile professionnelle éditeur de logiciel juridique, premier nom de domaine, outils CRM minimal) : entre 500 et 1 000 euros.

Premiers tests d'acquisition (publicité LinkedIn ou email ciblé sur 60 jours) : 300 à 600 euros pour une expérimentation sérieuse.

Total estimé pour atteindre le premier abonné payant : entre 3 000 et 8 000 euros, selon le degré d'externalisation. Ce montant est finançable sans investisseur externe.

HORIZON D'AUTONOMIE

Le seuil d'équilibre opérationnel est atteint à 4 abonnés actifs. Dans le scénario conservateur à 20 abonnés (1 000 euros de MRR), la trésorerie mensuelle est positive dès lors que le fondateur n'a pas de coût salarial à couvrir. L'autonomie financière est donc atteignable très tôt, ce qui est un avantage structurel fort par rapport à des projets nécessitant une infrastructure lourde. La durée de remboursement implicite de l'investissement initial (entre 3 000 et 8 000 euros) est de 3 à 8 mois dans le scénario conservateur, de 1 à 3 mois dans le scénario réaliste.

SOURCES DE FINANCEMENT DISPONIBLES ET PERTINENTES

La Bourse French Tech finance les premières dépenses d'un projet innovant, avec un plafond fixé à 50 000 euros depuis janvier 2025. Ce dispositif est pertinent si le fondateur peut documenter le caractère innovant du projet (automatisation, qualification algorithmique des contrats) et déposer le dossier avant d'engager les dépenses. Aucune dépense engagée avant la demande n'est éligible : il faut solliciter BPI France avant de démarrer les travaux. Ce point de procédure est critique : si le développement est déjà avancé, cette fenêtre peut être fermée.

Le CIR est cumulable avec les aides BPI et couvre 30% des dépenses de R&D engagées dans l'année. Pour un projet SaaS avec une phase de développement documentée (algorithmes de génération de documents, moteur de questionnaire adaptatif), le Crédit d'Impôt Innovation (CII), à 20% des dépenses d'innovation plafonnées à 400 000 euros, est également activable.

Plusieurs organismes français délivrent des prêts d'honneur : BpiFrance, RAISE Sherpas, le Réseau Entreprendre. Un prêt d'honneur de 5 000 à 15 000 euros, sans garantie personnelle ni dilution, est la source de financement la plus adaptée au stade actuel.

Le programme France Legaltech a pour objectif d'accompagner des entreprises françaises développant des solutions innovantes à destination des professionnels du droit, visant notamment à soutenir le passage à l'échelle des solutions de legaltech et d'IA juridique. Le programme s'adresse aux entreprises développant des outils numériques pour faciliter l'accès au droit, la gestion des contrats, la conformité réglementaire. Ce dispositif public est un signal fort : l'État finance et labellise des acteurs du segment. Un dossier bien présenté donne accès à un réseau de partenaires, de prescripteurs institutionnels et d'une visibilité sectorielle que la prospection directe ne peut pas produire.

QUAND UN INVESTISSEUR DEVIENT PERTINENT

Un investisseur en capital n'est pas pertinent en l'état. Le projet n'a pas encore de MRR prouvé, pas de taux de rétention observé, pas de canal d'acquisition validé. Entrer dans un processus de levée de fonds à ce stade reviendrait à diluer le capital à la valeur la plus basse possible tout en consommant un temps disproportionné. La règle sectorielle est simple : un investisseur SaaS early-stage entre généralement quand le MRR dépasse 3 000 à 5 000 euros de façon stable sur au moins trois mois consécutifs. C'est le scénario réaliste du dossier. L'horizon pertinent pour une première conversation avec un investisseur seed ou un fonds legaltech est donc : mois 6 à 9, pas avant.

CADRE JURIDIQUE ET RÉGLEMENTAIRE

STATUT ADAPTE

La structure recommandée est la SAS à capital minimal (1 euro), pour la souplesse statutaire, la facilité d'entrée d'un associé ou d'un investisseur futur, et la séparation nette du patrimoine personnel. La SAS permet également de porter une assurance RC pro éditeur de logiciel sans friction avec la structure sociale. Une SASU (variante unipersonnelle) convient si le fondateur reste seul au capital à l'amorçage.

LE RISQUE PERIMETRE DU DROIT — LA FRONTIERE LA PLUS CRITIQUE

C'est le point qui peut invalider le modèle s'il est mal géré. La loi n° 71-1130 du 31 décembre 1971 stipule, dans son article 54, que nul ne peut, à titre habituel et contre rémunération, donner des consultations juridiques ou rédiger des actes sous seing privé pour autrui, s'il n'est titulaire d'un des titres ou diplômes exigés pour l'exercice de la profession d'avocat.

La jurisprudence a cependant tracé une frontière praticable pour les legaltech. La Cour de cassation a jugé qu'un service en ligne se bornant à fournir un outil technique de génération de documents ne constitue pas, par lui-même, un exercice illégal du droit. L'outil qui met à disposition une trame et automatise une mise en forme n'est pas assimilable à une consultation. La licéité de l'outil s'arrête là où commence le conseil individualisé.

La ligne rouge opérationnelle est précise : une plateforme qui, sous couvert d'automatisation, délivre en réalité une recommandation personnalisée — qui analyse la situation de l'utilisateur pour lui indiquer ce qu'il doit faire ou quel acte il doit conclure — sort du rôle d'outil et entre dans le périmètre réservé.

Mais attention : certaines activités, notamment le conseil juridique personnalisé et la rédaction d'actes sous seing privé, restent strictement réservées aux avocats. Une récente décision de la cour d'appel de Montpellier du 30 septembre 2025 en apporte une illustration claire. Ce contentieux de 2025 signifie que la jurisprudence se précise encore et que les zones grises sont activement contestées par les ordres professionnels. La rédaction des CGU du logiciel, la formulation des interfaces (jamais "votre contrat est valide", toujours "modèle à adapter à votre situation") et la présence d'un disclaimer explicite renvoyant vers un professionnel pour les cas complexes sont des protections non négociables à intégrer dès le prototype.

AI ACT ET OBLIGATIONS NOUVELLES

Le règlement européen sur l'intelligence artificielle classe certains usages juridiques en "haut risque". Les systèmes d'IA utilisés pour l'interprétation de la loi ou l'aide à la décision doivent respecter des obligations de transparence, de documentation technique et de supervision humaine. Si le logiciel intègre des composantes d'IA (questionnaire adaptatif qui oriente vers un type de contrat, suggestions de clauses), il entre potentiellement dans ce périmètre. À compter de 2025-2026, les contrats SaaS intégrant des composantes IA doivent expressément préciser le niveau de risque du système IA, les obligations du fournisseur au titre de l'AI Act, et les droits de l'utilisateur en matière d'explicabilité et de supervision humaine. Ce point exige une consultation juridique

spécialisée IA Act avant le lancement commercial, pas après.

RGPD ET HEBERGEMENT DES DONNEES

Le logiciel traite des données contractuelles d'entreprises : parties, montants, conditions, parfois données personnelles de salariés ou de dirigeants. La conformité exige un hébergement souverain, un chiffrement de bout en bout, des contrats de sous-traitance RGPD conformes et un engagement écrit de non-réutilisation des données pour l'entraînement de modèles IA. La CNIL souligne la nécessité d'une gouvernance éthique des systèmes d'IA appliqués au d

CHAPITRE 08

Risques et feuille de route

MATRICE DES RISQUES

Cinq risques structurels ont été identifiés pour ce projet, combinant les signaux déclarés par le fondateur et les contraintes propres au secteur LegalTech en France. Chacun est évalué selon deux axes : probabilité (haute, moyenne, faible) et impact sur la viabilité du modèle (critique, élevé, modéré).

Risque 1 — Requalification en exercice illégal de la profession d'avocat

Probabilité moyenne. Impact : critique.

Certaines activités, notamment le conseil juridique personnalisé et la rédaction d'actes sous seing privé, restent strictement réservées aux avocats. La ligne de démarcation entre génération automatisée de modèles et conseil juridique personnalisé est la frontière légale à ne jamais franchir. La jurisprudence de la Cour de cassation distingue l'activité des LegalTech de l'assistance juridique de l'avocat par l'absence de "prestation intellectuelle syllogistique consistant à analyser la situation de fait personnelle pour y appliquer la règle de droit abstraite." Cela signifie que le logiciel doit générer des modèles paramétrables, non des conseils sur une situation individuelle. Dès qu'un fonctionnalité — même mineure — s'approche d'une recommandation personnalisée ("votre situation recommande la clause X"), le risque de requalification existe. Plusieurs institutions se sont inquiétées de l'opacité algorithmique et des risques de contournement des règles de droit via des outils juridiques automatisés. Parade : rédiger des CGU délimitant explicitement l'usage comme outil de génération documentaire, pas de conseil ; apposer sur chaque contrat généré une mention visible de validation par un juriste partenaire identifié ; souscrire une assurance responsabilité civile professionnelle éditeur de logiciel juridique dès le premier abonné payant. Indicateur d'alerte : toute mise en demeure d'un barreau ou d'un concurrent ; tout signalement utilisateur de litige découlant d'un contrat généré.

Risque 2 — Churn précoce par défaut d'onboarding

Probabilité haute. Impact : élevé.

70% du churn survient dans les 90 premiers jours, et les entreprises qui atteignent une première valeur perçue en moins de 7 jours affichent un taux de churn 50% inférieur. À 50 euros d'abonnement mensuel et en l'absence d'un onboarding structuré, une PME qui n'a pas généré son premier contrat opérationnel dans les 5 à 7 premiers jours annule avant le deuxième prélèvement. Les benchmarks de churn mensuel pour le segment SMB se situent entre 3 et 5%, ce qui signifie qu'à 100 abonnés, entre 3 et 5 partent chaque mois sans compensation active. Parade : définir une séquence d'onboarding automatique en 3 étapes sur 48 heures (choix du secteur, premier modèle généré, premier contrat envoyé en signature) ; mesurer le taux de complétion de cette séquence dès le lancement.

Indicateur d'alerte : taux de complétion de l'onboarding en deçà de 60% lors du premier mois ; churn mois 1 supérieur à 20%.

Risque 3 — Obsolescence juridique des modèles

Probabilité haute. Impact : élevé.

Le droit des contrats, le droit du travail et les obligations réglementaires des entreprises évoluent de façon continue : réformes législatives, ordonnances, jurisprudence de la Cour de cassation. La conformité réglementaire est devenue un chantier permanent : RGPD, devoir de vigilance, cybersécurité, réglementation environnementale, devoir d'information des consommateurs — les entreprises doivent suivre des obligations qui évoluent rapidement. Un modèle de contrat non mis à jour devient un passif. Parade : contrat de maintenance juridique avec le cabinet partenaire, revue trimestrielle des modèles, versionning visible dans l'interface ("mis à jour au : …"). Indicateur d'alerte : toute réforme législative non intégrée dans les 30 jours suivant sa publication au Journal officiel.

Risque 4 — Absence de canal d'acquisition structuré

Probabilité haute. Impact : élevé.

Le fondateur n'a pas encore défini de canal de vente. Le taux moyen de conversion lead-to-client pour les entreprises SaaS B2B se situe généralement entre 1 et 5%. Sans canal indirect activé (experts-comptables, fédérations sectorielles, chambres de commerce), atteindre 200 abonnés en an 1 suppose de générer entre 4 000 et 20 000 contacts qualifiés, ce qui est hors de portée d'une prospection directe solo. Parade : activer dès le trimestre 2 un accord de partenariat avec au moins un réseau de prescripteurs. Indicateur d'alerte : moins de 5 nouveaux abonnés sur deux mois consécutifs malgré une prospection active.

Risque 5 — Dépendance à un prestataire de signature électronique

Probabilité faible. Impact : modéré.

L'ensemble du parcours contractuel repose sur une API tierce (type DocuSign, Yousign ou équivalent). Une modification tarifaire ou une interruption de service impacte directement la proposition de valeur. Parade : s'assurer dès la conception que l'architecture permet de changer d'API de signature sans refonte du logiciel.

RISQUE N°1 DÉSIGNÉ : le churn précoce par défaut d'onboarding. Il est le seul risque dont l'occurrence est quasi certaine en phase de lancement, et dont l'impact est immédiat sur le MRR — avant même que la question juridique ou l'acquisition ne soit réglée. Un produit juridiquement irréprochable qui perd ses clients au bout de trois semaines ne survit pas.

TRAJECTOIRE 24 MOIS

Trimestre 1 — Fondations (mois 1 à 3)

Objectif valider la proposition de valeur sur un segment unique.

Cible chiffrée 10 abonnés payants actifs à la fin du mois 3.

Actions déterminantes : signer l'accord de validation juridique avec un cabinet partenaire ; déployer un onboarding en 48 heures sur un secteur unique (prestataires de services ou BTP) ; lancer un test d'accès gratuit de 14 jours sur 100 prospects LinkedIn ou cold email.

Critère de sortie : taux de conversion essai-to-payant supérieur à 10% ET aucune résiliation pour motif "contrats non fiables." Si le taux est inférieur à 5%, revoir le parcours d'onboarding avant toute dépense d'acquisition.

Trimestre 2 — Premier canal indirect (mois 4 à 6)

Objectif	activer un prescripteur externe.
Cible chiffrée	30 abonnés actifs, churn mensuel inférieur à 3%.

Actions déterminantes : démarcher 5 cabinets d'expertise comptable pour un accord de co-distribution (recommandation contre commission ou visibilité) ; ouvrir un deuxième secteur sectoriel si le premier atteint 20 clients.

Critère de sortie : au moins un accord prescripteur formalisé ET MRR supérieur à 1 500 euros. Sans prescripteur actif à l'issue du trimestre 2, le plan d'acquisition doit être revu structurellement.

Trimestre 3 — Accélération et preuve de rétention (mois 7 à 9)

Objectif	prouver la rétention sur cohorte.
Cible chiffrée	70 abonnés actifs, LTV moyenne supérieure à 500 euros (10 mois de durée de vie moyenne).

Actions déterminantes : mesurer le taux de renouvellement de la cohorte mois 1 (clients du trimestre 1 encore actifs) ; introduire une option de facturation annuelle (remise 15-20%) pour réduire le churn structurel. Les contrats annuels affichent généralement 30 à 40% de churn en moins que les abonnements mensuels sur la même période.

Critère de sortie : taux de rétention à 90 jours supérieur à 75% sur la première cohorte. En dessous, le produit ne délivre pas suffisamment de valeur perçue — c'est un signal produit, pas un signal acquisition.

Trimestre 4 — Consolidation et seuil de rentabilité opérationnelle (mois 10 à 12)

Objectif	atteindre l'équilibre financier réel, fondateur inclus.
Cible chiffrée	100 abonnés actifs, MRR de 5 000 euros, deux canaux d'acquisition actifs.

Actions déterminantes : intégrer les premiers retours utilisateurs en nouvelles fonctionnalités (bibliothèque de clauses, alertes d'expiration de contrat) ; documenter les ratios d'acquisition par canal pour préparer une éventuelle décision d'investissement.

Critère de sortie : CAC inférieur à 200 euros sur le canal prescripteur, ratio LTV/CAC supérieur à 3x. Si ces seuils sont atteints, le passage au semestre 3 peut s'appuyer sur une preuve économique solide.

Semestre 3 (mois 13 à 18) — Extension sectorielle

Cible chiffrée	150 abonnés actifs, 3 secteurs couverts, MRR de 7 500 euros.
Critère de sortie	répétabilité prouvée du canal prescripteur sur deux secteurs distincts.

Semestre 4 (mois 19 à 24) — Passage à l'échelle

Cible chiffrée	200 à 250 abonnés actifs, MRR entre 10 000 et 12 500 euros, envisager un

CHAPITRE 09

Recommandations, conclusion et ouverture

RECOMMANDATIONS PRIORISEES

1. Nouer un partenariat de caution juridique dans les 30 jours

Pourquoi. L'obstacle numéro un identifié par le fondateur est la fiabilité perçue des contrats générés. Ce n'est pas un obstacle de communication : c'est un obstacle structurel à l'achat. L'automatisation documentaire réduit le temps consacré aux tâches répétitives de 40% dans 65% des cabinets équipés — ce chiffre ne circule que parce que des professionnels du droit ont validé la démarche. Le logiciel a besoin du même signal. Sans caution juridique identifiable, la proposition de valeur reste abstraite pour un dirigeant de PME qui ne fait pas confiance à un outil qu'il ne peut pas rattacher à une autorité reconnue.

Comment. Contacter trois cabinets spécialisés en droit des affaires PME avec une proposition précise : vérification des modèles contractuels existants en échange d'une mention visible dans l'interface et d'un lien d'apport d'affaires pour les cas complexes. Le cabinet y gagne un canal de prescription sans frais. Le logiciel y gagne une ligne de crédibilité immédiatement utilisable en commercial.

Résultat attendu sous 30 jours : un accord formalisé ou un protocole de test signé. Sans ce jalon, la phase de vente ne peut pas démarrer sérieusement.

2. Tester le canal prescripteur avant le canal direct

Pourquoi. Le SaaS ciblant les PME fait face à une réalité de churn mensuel de 3 à 7%. À ce niveau, la mécanique d'acquisition doit être plus rapide que la fuite — ce qui est difficile par prospection directe seule. Les experts-comptables, les chambres de commerce et les fédérations sectorielles touchent des milliers de PME avec une légitimité préexistante que cinq ans de cold email ne construiront pas. Ce canal réduit structurellement le CAC et préqualifie des prospects déjà sensibilisés à la gestion administrative.

Comment. Identifier vingt experts-comptables ayant une clientèle PME dans un secteur cible unique (par exemple prestataires de services BtoB), leur proposer un accès gratuit illimité pour leurs clients pendant 60 jours en échange de retours formalisés. Documenter chaque retour : taux d'adoption, premier contrat généré en combien de jours, motifs de non-usage.

Résultat attendu sous 60 jours : un taux d'activation mesurable sur un premier lot de 50 à 100 PME, une première donnée de churn réel, et au moins un expert-comptable prêt à recommander l'outil à sa propre base.

3. Reduire le temps jusqu'au premier contrat généré à moins de 7 jours

Pourquoi. 70% du churn survient dans les 90 premiers jours, et les entreprises dont le temps de première valeur est inférieur à 7 jours affichent un churn 50% plus faible. Dans un logiciel de contrats, la première valeur est binaire et concrète : le premier contrat généré, signé, et utilisable. Si un dirigeant de PME s'inscrit et ne produit pas ce premier contrat en moins d'une semaine, la probabilité qu'il reste abonné au-delà du premier mois s'effondre. Ce n'est pas une question de fonctionnalité : c'est une question de séquence d'onboarding.

Comment. Concevoir un parcours d'activation en trois étapes maximum (choix du type de contrat, remplissage guidé des variables, envoi pour signature) visible dès le premier écran après inscription. Supprimer toute friction non nécessaire avant ce premier acte. Mesurer le délai médian entre inscription et premier contrat généré dès les

premières dizaines d'utilisateurs.

Résultat attendu : un taux de rétention à 90 jours nettement supérieur à la moyenne du segment SMB, et une donnée de LTV fiable pour calculer le CAC admissible.

CALCUL DE LA LTV EN SENSIBILITE AU CHURN

Base de calcul	abonnement mensuel 50 euros, marge nette par abonné 49 euros.

Churn 5% mensuel : LTV = 49 / 0,05 = 980 euros. CAC admissible (ratio LTV/CAC de 3) : 327 euros. Payback period : 6,7 mois.

Churn 3% mensuel	LTV = 49 / 0,03 = 1 633 euros. CAC admissible : 544 euros. Payback period : 11 mois.

Churn 1,5% mensuel (objectif avec onboarding structuré) : LTV = 49 / 0,015 = 3 267 euros. CAC admissible : 1 089 euros. Payback period : 22 mois — acceptable sur un abonnement annuel.

Un programme d'onboarding structuré augmente la rétention de 25% lors de la première année critique. Passer de 5% à 3,75% de churn mensuel par ce seul levier fait progresser la LTV de 980 à 1 307 euros, soit 33% de valeur supplémentaire par client sans acquérir un seul abonné de plus.

CONCLUSION — LE PROJET EN L'ETAT

Le modèle tient. La structure économique d'un SaaS pur à 50 euros par mois avec 98% de marge brute et un seuil d'équilibre à 4 abonnés est l'une des plus robustes qui soit à ce stade de développement. Le marché français de la legaltech, estimé à 150 millions d'euros, croît à un rythme annuel moyen de 25%, et les clients principaux sont des PME et ETI — soit exactement la cible visée. Le positionnement sur le segment PME sans juriste interne, à prix bas et en accès autonome, n'est pas encore saturé par les acteurs en place, qui visent prioritairement les ETI et les directions juridiques.

Ce qui ne tient pas encore : la validation juridique des modèles n'est pas formalisée, le canal d'acquisition n'est pas testé, le temps de premier contrat généré n'est pas mesuré, et les chiffres de churn, de conversion et de CAC réels sont absents. Le projet est en phase de prototype avec des retours sur maquettes — ce qui est un point de départ, pas une validation. Les dirigeants intéressés par une maquette ne sont pas les mêmes que des abonnés qui renouvellent après 90 jours d'usage réel.

Verdict consolidé : projet viable, rentable dès un volume très faible, positionné sur un marché en croissance, mais en attente des trois premières preuves terrain — un partenariat juridique signé, un premier lot d'abonnés actifs au-delà du premier mois, et un churn mesuré sur une cohorte réelle.

OUVERTURE — QUESTIONS EN SUSPENS ET PROCHAINES PREUVES

Questions qui restent ouvertes à ce stade :

Quel est le churn réel sur les 30 premiers abonnés ? Sans cette donnée, les scénarios à 24 mois reposent sur des hypothèses sectorielles, pas sur le comportement spécifique des PME cibles de ce logiciel.

Quel secteur répond le mieux et le plus vite ? La réponse à cette question conditionne toute la stratégie de contenu, de modèles contractuels et de canal.

Quel est le CAC effectif par canal — prescripteur vs prospection directe ? La différence peut être d'un facteur 5, ce qui change entièrement la priorité d'investissement en temps.

Le fondateur est-il seul ? L'absence de réponse aux questions sur l'équipe, la disponibilité et le financement (Q16 à Q27 non renseignées) laisse ouverte la question de la capacité d'exécution réelle.

La question réglementaire de la responsabilité de l'éditeur sur la qualité juridique des modèles a-t-elle été traitée avec un conseil ? Ce point, évoqué dans l'analyse, mérite une réponse formelle avant tout lancement commercial.

Prochaines preuves à obtenir : premier accord de caution juridique formalisé, premier lot de 20 à 30 abonnés actifs sur 60 jours, taux d'activation mesuré (délai médian inscription/premier contrat), et premier entretien de résiliation pour comprendre le motif exact de départ.

Une fois ces données en main — et elles peuvent être obtenues en moins de 90 jours — le dossier peut être affiné avec des chiffres réels, des scénarios recalibrés, et une recommandation de financement et de canal de distribution beaucoup plus précise que ce que permettent les hypothèses actuelles : c'est à ce moment que deyoo peut produire une analyse de second niveau qui ne laisse aucune question stratégique sans réponse chiffrée.

ANNEXE

Sources consultées

Références externes consultées par deyoo lors de la recherche (marché, concurrence, cadre réglementaire).

- 2e etude LegalTech de France Digitale
  https://francedigitale.org/publications/2e-etude-legaltech
- Legaltech en France
  https://www.afje.org/actualite/legaltech-en-france--319
- Legaltech : Guide Complet 2026 — Definition, Marche, IA et Prospective
  https://zevra.tech/legaltech
- B2B SaaS Churn Rate Benchmarks — 939 Companies by Segment & ACV Optifai
  https://optif.ai/learn/questions/b2b-saas-churn-rate-benchmark/
- What Is Trial Conversion Rate Metrics Explained
  https://baremetrics.com/blog/trial-conversion-rate-metrics-explained
- SaaS Average Free Trial Conversion Rate: Benchmarks
  https://userpilot.com/blog/saas-average-conversion-rate/
- Trial-to-Paid Conversion Benchmarks in SaaS Pulseahead
  https://www.pulseahead.com/blog/trial-to-paid-conversion-benchmarks-in-saas
- Les legaltech, ces startups qui bousculent le marché du droit
  https://www.direct-recouvrement.fr/ressources/fiches-pratiques/les-legaltech-ces-startups-qui-bousculent-le-droit
- Externalisation juridique et périmètre du droit : ce que la loi autorise et interdit - Vic…
  https://www.victorisavocat.com/en/blog/externalisation-juridique-et-perimetre-du-droit-ce-que-la-loi-autorise-et-interdit
- Law Startup reussir une legaltech solide et rentable
  https://www.pressor.fr/law-startup-reussir-legaltech/
- Juriste à temps partagé : guide complet pour PME
  https://www.swim.legal/blog/juriste-a-temps-partage-pme
- Les TPE-PME en France en 9 chiffres en 2026
  https://tool-advisor.fr/blog/tpe-pme-chiffres/
- Les PME par nombre de salariés : définition, classification et impact économique
  https://softindep.fr/pme-nombre-de-salaries/
- Les meilleurs logiciels pour gérer le juridique en entreprise en 2026. Freelance Stack
  https://www.freelance-stack.io/blog/les-meilleurs-logiciels-pour-gerer-le-juridique-en-entreprise-en-2026/
- Combien coûte la rédaction d'un contrat par un avocat
  https://www.avocat-dejean-peligry.fr/combien-coute-la-redaction-d---un-contrat-par-un-avocat---_ad95.html
- Avocat droit du travail pour sa PME : quels sont les prix
  https://alfroyavocat.fr/guides/prix-avocat-droit-travail-pme-tpe/
- Coût accompagnement juridique entreprise : combien ...
  https://www.plateya.fr/blog/detail/cout-accompagnement-juridique-entreprise-combien-prevoir
- Marché de l'intelligence artificielle Legaltech : analyse... WiseGuyReports
  https://www.wiseguyreports.com/fr/reports/legaltech-artificial-intelligence-market
- France Legal AI Marché Prévisions, Taille, Tendances, Part, demande
  https://www.sphericalinsights.com/fr/reports/france-legal-ai-market
- Le nombre de PME en France : état des lieux et perspectives - Acte éco
  https://www.acteco-3f.fr/pme-france-points-de-vue/
- TPE/PME en France Les 37 Chiffres & Tendances de 2026
  https://independant.io/chiffres-statistiques-tpe-pme/
- Analyse des chiffres 2024 et perspectives pour les TPE et PME françaises
  https://www.leblogdudirigeant.com/analyse-perspective-tpe-pme-2024/

- Les 13 meilleurs logiciels pour contrat de travail en 2026
  https://factorial.fr/blog/meilleurs-logiciels-contrat-travail/
- 10 best contract management software tools for 2026 - Guideflow Blog
  https://www.guideflow.com/blog/best-contract-management-software-tools
- Juro Pricing 2026 : Plans, Features & Verified Reviews
  https://www.hyperstart.com/blog/juro-pricing/
- LegalTech : comparatif, services et conseils 2026
  https://www.legalplace.fr/guides/legaltech/
- Notre avis sur Captain Contrat Test Complet (MAJ 2026)
  https://tool-advisor.fr/creation-entreprise/comparatif/captain-contrat/
- Legalstart vs Captain Contrat : meilleur choix pour TPE - Saas Compare
  https://saas-compare.fr/legalstart-captain-contrat/
- Captain Contrat Avis : Analyse du juriste en ligne. A lire...
  https://softindep.fr/captain-contrat-avis/
- Services juridiques en ligne : notre avis sur Captain Contrat
  https://www.legalplace.fr/guides/avis-captain-contrat/
- Tomorro — CLM Contract Management IA-augmenté FR (Paris)
  https://saas-francais.fr/outil/tomorro/
- France Legaltech : dix entreprises sélectionnées pour structurer la filière française de l…
  https://www.lemondedudroit.fr/mag/378-intelligence-artificielle/103044-france-legaltech-dix-entreprises-selectionnees-pour-structurer-la-filiere-francaise-de-linnovation-juridique.html
- Legaltech France Guide: Everything You Need to Know 2025
  https://www.legalprod.com/en/guide-legaltech-france-all-you-need-to-know-currentyear/
- Coût d'acquisition client (CAC) : calcul et suivi
  https://propulslead.com/post/cout-d-acquisition-client-cac-calcul-et-suivi/
- CAC Coût d'acquisition client Hectelion
  https://www.hectelion.com/glossaire/cac---cout-dacquisition-client
- L'expert-comptable, prescripteur de logiciels : un pouvoir discret sur le marché européen …
  https://www.lemondeduchiffre.fr/a-la-une/80220-l-expert-comptable-prescripteur-de-logiciels-un-pouvoir-discret-qui-fait-la-loi-sur-le-marche-europeen.html
- Comment prospecter les Experts-Comptables
  https://blog.easyfichiers.com/prospecter-experts-comptables/
- Stratégies d'Acquisition SaaS : Le Playbook Complet pour 2026 - moteur-auracom.com
  https://moteur-auracom.com/growth-b2b/strategies-acquisition-saas-playbook-2026/
- SaaS Benchmarks by Stage (2026): ARR, Churn, LTV:CAC — What Good Looks Like Eagle Rock CFO
  https://www.eaglerockcfo.com/blog/research/saas-finance-metrics-benchmarks
- Churn, CAC, & LTV Benchmarks for PropTech SaaS
  https://qubit.capital/blog/proptech-saas-kpi-benchmarks
- Best LTV to CAC Ratio Benchmarks for B2B SaaS in 2026
  https://www.saashero.net/strategy/b2b-saas-ltv-cac-benchmarks/
- SaaS Metrics 2026: ARR, MRR, NRR, CAC & LTV Benchmarks
  https://thesaaslibrary.com/saas-metrics-explained/
- B2B SaaS Benchmarks: Churn, CAC, LTV, and Growth Rates
  https://www.hubifi.com/blog/b2b-saas-benchmarks-2023
- Free Trial Conversion Statistics 2026: SaaS Benchmarks by Industry Konabayev
  https://konabayev.com/blog/free-trial-conversion-2026/
- What Is a Good SaaS Free Trial Conversion Rate
  https://nalpeiron.com/blog/saas-free-trial-conversion-rate
- Automatisation des documents juridiques, Legaltech
  https://www.banquedesterritoires.fr/legaltech/actualites/les-legaltechs-de-gestion-automatisee-de-contrats
- Signature électronique INPI : prix et tarifs 2026
  https://signersynthese.fr/blog/signature-electronique-inpi-prix.html

- Solo Founders Are Riskier. The Best Ones Prove They’re Worth the Bet. Techstars Techstars
  https://www.techstars.com/blog/insights-and-trends/solo-founders-are-riskier-the-best-ones-prove-theyre-worth-the-bet
- What No One Tells You About Being a Solo Founder
  https://findnstart.com/blogs/what-no-one-tells-you-about-being-a-solo-founder
- Solo Founder: definition, the single-founder path, and the data on whether it actually wor…
  https://www.startups.com/lexicon/solo-founder
- Subvention BPI : Comment obtenir une subvention (2026)
  https://www.l-expert-comptable.com/a/6392-subvention-bpi-comment-obtenir-une-subvention-quelles-sont-les-aides-disponibles.html
- Subvention start-up : liste des aides financières pour l'innovation Pennylane
  https://www.pennylane.com/fr/fiches-pratiques/tresorerie/subvention-start-up
- France Legaltech : accompagner l’innovation juridique au service des entreprises et des pr…
  https://www.entreprises.gouv.fr/secteurs-dactivite/le-secteur-des-services-marchands-en-france/france-legaltech-accompagner
- Le monopole des avocats sur la rédaction d’actes et le conseil juridique en France : une p…
  https://www.aurlialys.fr/droit/le-monopole-des-avocats-sur-la-redaction-dactes-et-le-conseil-juridique-en-france-une-precision-fondamentale/
- Une Legaltech annulée pour objet social illicite - Aoden avocats Cabinet d'avocats Brest
  https://www.aoden-avocats.com/une-legaltech-annulee-pour-objet-social-illicite/
- Legaltech : le Guide 2026 pour les Juristes et Avocats
  https://www.yourlegalangel.fr/blog/legaltech-guide-juristes-2026/
- Contrats SaaS : ce que chaque entreprise doit savoir avant de signer
  https://atiasavocats.com/en/contrats-saas-ce-que-chaque-entreprise-doit-savoir-avant-de-signer/
- LegalTech — Wikipédia
  https://fr.wikipedia.org/wiki/LegalTech
- Legaltech : pas d’exercice illégal de la profession d’avocat - Carrières-Juridiques.com
  https://www.carrieres-juridiques.com/actualites-et-conseils-emploi-juridique/legaltech-pas-dexercice-illegal-de-la-profession-davocat/1481
- Legaltech française : les innovations qui transforment le droit et les entreprises -
  https://www.innovereast.eu/legaltech-francaise-les-innovations-qui-transforment-le-droit-et-les-entreprises/
- B2B SaaS Benchmarks: A Complete Guide 2026
  https://churnfree.com/blog/b2b-saas-churn-rate-benchmarks/
- B2B SaaS Churn Rates — 33 Statistics Every Marketing Leader Should Know in 2026
  https://genesysgrowth.com/blog/saas-churn-rates-stats-for-marketing-leaders
- La legaltech française voit son chiffre d’affaires tripler en 4 ans - LE MONDE DU DROIT - …
  https://www.lemondedudroit.fr/professions/337-legaltech/88369-legaltech-francaise-voit-son-chiffre-daffaires-tripler-4-ans.html