
EXEMPLE · MAIL DE PREMIER CONTACT

Bouch.ee

Comment pitcher sa Seed à un senior partner VC en un seul mail de 8 lignes — et obtenir un call de 30 minutes.

Template commenté · Avril 2026

Rédigé dans le cadre du Sprint Fondateur — Alvado Conseils

Version « Option C » : état réel du projet, framé honnêtement

Le principe du mail de premier contact

Un mail de premier contact VC, ce n'est pas un business plan. C'est un filtre de 15 secondes qui doit donner au partner l'envie d'ouvrir le deck joint. Objectif unique : décrocher un call de 30 minutes.

Les règles qui font passer le filtre :

- ▶ **Objet qui pitch** — problème, stage et ask visibles en 5 mots
- ▶ **6 à 10 lignes maximum**, paragraphes courts, chiffres en gras
- ▶ **Traction en puces** — c'est ce que le partner lit en premier
- ▶ **Une ligne équipe** qui prouve la capacité d'exécution passée
- ▶ **Un ask clair** : montant, usage, timing, valo cible
- ▶ **Un CTA précis** avec deux créneaux proposés — pas « dites-moi »

VERSION ENVOYABLE

DE Rémi Alvado <remi@bouch.ee>
À [Prénom] [Nom] <[prenom]@[fonds].com>
OBJET **Bouch.ee — Seed 1,5 M€ — meal planning familial IA (MVP livré + 5 LOI diététiciennes)**

Bonjour [Prénom],

Le problème. 82 % des mères actives déclarent que « décider quoi cuisiner chaque soir » est une charge mentale épuisante (OpinionWay, 2024). Jow et HelloFresh gèrent un mono-utilisateur ; personne, aujourd'hui, ne pense la famille comme unité avec des contraintes, des magasins et des profils nutritionnels différents.

Bouch.ee. La seule app de menus familiaux qui s'adapte à votre cuisine, pas l'inverse. **5 € / mois pour toute la famille** (pas par user), URL publique partagée, liste de courses multi-magasins sans commission. Canal B2B complémentaire : les diététiciennes libérales prescrivent l'app à leurs patients et gagnent une commission récurrente.

Traction pré-levée :

— **MVP iOS + Android + Web** déjà livré (Expo, 4 piliers produit couverts) ;

- **600 foyers en waitlist** en 6 semaines de teaser (conversion landing → waitlist : 14 %) ;
- **5 LOI signées** par des diététiciennes libérales, ~150 patients prescriptibles dès le mois 1 ;
- **12 interviews qualitatives** praticiens (45-60 min) + 22 interviews de mères de famille.

Fondateur : Rémi Alvado, 20 ans de tech/produit. CAC ÷ 7 chez Winter (refonte Expo iOS + Android + Web, équipe 2 → 15). Wizbii : premier salarié tech, 0 → 10 M€ ARR, équipe 3 → 50+. Recrutement d'un co-fondateur non-tech (Growth / B2B santé) en phase finale.

Ask : 1,5 M€ Seed, 24 mois de runway, focus France V1 puis Italie (M6) conditionnel sur une traction FR validée. Valorisation post-money cible : 5 M€.

Deck 11 slides en pièce jointe. Je serais ravi d'échanger 30 minutes dans les dix prochains jours — mardi 22 à 14 h ou jeudi 24 à 10 h te conviennent-ils, ou préfères-tu me proposer un autre créneau ?

Bien à toi,

Rémi Alvado

Fondateur — bouch.ee

remi@bouch.ee · +33 6 XX XX XX XX

Notes pour l'auteur

Ce que le destinataire ne lit pas — mais qui fait la différence entre un mail qui ouvre une porte et un mail qui finit en corbeille.

1

Personnaliser la première ligne

Citer au moins un deal récent du fonds ou un article publié par le partner. Jamais de « cher investisseur ». Un mail générique est repéré en 3 secondes et finit automatiquement dans la pile « décliné poli ».

2

L'objet fait 40 % du travail

Deux versions à A/B tester : **(a)** « Bouch.ee — Seed 1,5 M€ — meal planning familial IA (MVP livré + 5 LOI diététiciennes) » **(b)** « Seed 1,5 M€ — l'app de menus familiaux qui s'adapte à chaque foyer (600 waitlist, 5 LOI) ». Choisir la version qui donne envie d'ouvrir sans effort cognitif.

3

Une seule pièce jointe : le deck

Deck PDF de 10-12 slides. **Pas le BP, pas l'annexe, pas de screenshots séparés.** Tout le reste se demande en data room après le premier call. Un mail avec 3 pièces jointes = signal amateur, traitement différé ou jamais.

4

CTA avec deux créneaux proposés

Proposer deux créneaux concrets augmente le taux de réponse de 30-40 % vs un « dis-moi quand tu es dispo ». Le partner doit pouvoir répondre en 10 secondes : « OK pour jeudi 10 h ». Supprimer toute friction décisionnelle.

5

Pas de post-scriptum marketing

Pas de « si ça ne vous intéresse pas, pourriez-vous me mettre en relation avec un collègue ? ». Un vrai partner ne prend pas d'intro-trampoline au premier mail. Ça sent le founder qui n'a pas encore son réseau, et ça baisse la perception de qualité du deal.

6

Règle des 15 secondes

Si l'œil d'un partner ne peut pas extraire **{problème, solution, traction, ask}** en 15 secondes, le mail est trop long. Relire, compter, couper. Chaque mot qui ne contribue pas à ces quatre dimensions doit disparaître.

7**Timing d'envoi**

Préférer **mardi-jeudi, 8 h-10 h ou 17 h-19 h**. Éviter lundi matin (saturation boîte de réception) et vendredi après-midi (sortie du radar pendant le week-end). Les mails envoyés à 22 h donnent l'impression d'un founder qui ne dort pas — mauvais signal en 2026.

8**Le BP de 80 pages n'est pas dans le mail**

Le business plan complet est un outil de **due diligence**, pas un outil de pitch. Il sert à toi (outil de réflexion), au board (outil de pilotage) et aux analysts du fonds quand ils creusent. Jamais au premier contact. Garde-le en data room privée pour l'étape 4.
