



Opinions Libres

le blog d'Olivier Ezratty

Conférence LeWeb3 – Startups en plénière

Avec le recul, la session plénière de la conférence LeWeb3 était surtout l'occasion de découvrir ou redécouvrir une palanquée de startups Internet.

Je vais donc parcourir de manière chronologique leur passage en plénière et décrire le service, en donnant parfois mon avis sur sa valeur voire sur la prestation de son représentant. Les interventions étaient assez superficielles sur scène. C'est la limite de l'exercice sur des tables rondes surtout lorsque l'agenda est compressé au dernier moment. Mais le simple fait de les voir mises en valeur incite à y regarder de plus près après la conférence. C'est en tout cas comme cela que je fonctionne : une conférence ou un salon n'est pour moi que le début d'un long travail de défrichage de l'innovation!

Ceci complètera donc de manière cohérente l'**inventaire** des startups passées dans le "Startup Corner" que j'ai publié jeudi matin et qui a été visiblement très apprécié. Au total, ce sont donc environ 80 startups qui ont pu s'exprimer pendant la conférence LeWeb3. Dont 30 avec une audience de plusieurs centaines de personnes. Si l'on compare cela avec Capital IT (qui m'avait beaucoup déçu en avril dernier) ou même Tremplin Sénat (mieux organisé mais avec une audience moindre), LeWeb3 était finalement une belle opération de visibilité et de networking pour les startups. C'est un succès à retenir et à renouveler! Long live innovation!

Enterprise 2.0

C'était une table ronde fort utile sur l'impact du Web 2.0 dans l'entreprise. Elle aurait pu durer plus longtemps. Selon les intervenants, l'informatique interne des entreprises est toujours basée sur des concepts vieux de dizaines d'années. Les outils comme Sharepoint (le serveur collaboratif Intranet de Microsoft) sont dépassés. De nouveaux outils se développent en dehors des entreprises et la pénètrent ensuite. On voit renaître le "Knowledge Management" incarné il y a plus d'une dizaine d'années par Lotus Notes sous d'autres formes, qui échappent en partie à l'informatique interne. Le KM reste un défi monumental pour toutes les entreprises. Rares sont celles qui savent capitaliser et préserver le savoir de leurs collaborateurs et les faire travailler en équipes sur des projets. Suggestion pour une prochaine conférence : allonger le débat, enlever une startup et ajouter un sociologue éclairé sur la vie en entreprise.



Headshift : c'est une société de service et de conseil du Royaume Uni qui accompagne les entreprises dans la mise en place en interne de "social networking". Ils proposent notamment la mise en place de services en ligne autour de la gestion de la connaissance (blogs, wiki) et du travail en groupe. Ce genre de service correspond vraiment à une attente en croissance dans les boîtes. C'est un excellent positionnement. Pas étonnant pour une boîte UK.



SocialText : cette société US fournit une solution logicielle pour mettre en place une plate-forme de Wikis en interne dans les entreprises. Le logiciel open source est gratuit pour un usage avec moins de cinq contributeurs et payant au dessus pour obtenir du support. C'est un leader connu du domaine sur un marché qui devrait exploser rapidement.



23Hq : c'est un service Internet de stockage et partage de photos. J'ai déjà vu cela quelque part il me semble... ! Un intérêt limité dans le cadre de cette session. Il doit y avoir erreur quelque part...

Ecommerce 2.0

C'est un sujet à part entière. Le social shopping est très à la mode. De nombreux sites font bosser les consommateurs pour leur faire consommer plus. De la boutique virtuelle (Zlio) à la comparaison de fonctionnalités en mode quantitatif (Vozavi) ou qualitatif (Looneo) en passant par les recommandations (Criteo, U-Lik) ou la vente flash (Wantuno), tous les modèles y passent. Et certains dépasseront probablement!

lastminute.com

LastMinute.com : on ne présente plus ce service originaire du Royaume Uni et bien actif en France où l'on achète au dernier moment voyages, vols d'avion, réservations d'hôtels mais aussi théâtre et autres loisirs. Le secteur du voyage en ligne se porte à merveille. Le fondateur considère que sa société est en partie un média.



SpreadShirt : c'est un service qui permet de faire fabriquer des goodies (tshirt, mugs, etc) sur mesure et ensuite de les commercialiser. C'est du e-commerce relativement traditionnel.



Shopping.com : filiale du groupe eBay depuis août 2005, c'est un service de commerce en ligne présent dans de nombreux pays (USA, UK, France, etc). Il intègre plusieurs notions facilitant les achats et optimisant les taux de conversion: la recherche de produits (dans quasiment toutes les catégories) en raffinant les critères au fur et à mesure de sa recherche, la comparaison de prix (à la Kelkoo) et la visualisation des commentaires de consommateurs récupérés sur le site ePinions (donc en anglais, même dans l'édition française du site).



Zlio: c'est une approche originale du social shopping, créée par Jeremy Berrebi qui vit à cheval entre Israël, la France et les USA. L'internaute y crée sa boutique virtuelle y intégrant les produits de son choix pris dans un catalogue qui comprend actuellement 1,2 millions de produits et en les valorisant à sa manière. La boutique est vraiment virtuelle car l'internaute ne gère ni stocks ni ventes. Il ne fait qu'influencer la vente des produits qui sont commercialisés par des sites de vente en ligne. Le revenu généré par l'affiliation est partagé entre l'internaute et Zlio. Le trafic est généré en partie par une optimisation de l'indexation des boutiques dans les moteurs de recherche. Google génère 80% du trafic de Zlio! Je demande à voir si statistiquement, cela génèrera un trafic suffisant pour ces boutiques virtuelles.

Succeeding in being global from Europe

Il y avait dans cette table ronde également Bernard Liautaud, le Chairman et co-fondateur de Business Objects, ainsi que Tariq Krim, de Netvibes dans cette table ronde. La stature, l'historique et le "track record" de Bernard auraient justifié qu'il soit un intervenant à part entière avec un modérateur. C'est un peu dommage de l'avoir déplacé pour si peu de temps d'intervention! Bernard fait traditionnellement une présentation sur les 10 choses à faire ou ne pas faire pour réussir à l'international et particulièrement aux USA. Pour lui, il faut surtout commencer par vendre, y installer un bureau avec un IC et un ITC, et pas de managers. Et ensuite seulement élargir sa présence. Et attention, le marché américain conditionne tous les autres, il ne faut pas le prendre à la légère comme un autre marché européen.



AllPeers : service en ligne de partage de fichiers avec une interface simple d'emploi et glisser-déplacer. On peut définir qui a accès ou pas aux fichiers partagés. L'outil s'exploite à partir d'une extension à Firefox. Donc, pour l'instant, elle ne peut toucher qu'environ un quart du marché des Internaute. Chose rare qui mérite d'être signalée, le site propose une petite vidéo permettant de se faire une idée du service avant de le tester.

Communities replacing medias

Il y avait dans cette table ronde également Yossi Vardi, le fondateur israélien d'ICQ (revendu à AOL) qui était sur scène le matin avec Shimon Peres car c'est lui qui l'avait fait venir. Pour Scott Rafer, le fondateur de MyBlogLog, quand tout le monde se met à publier, il faut mettre en place des structures de validation des médias. Pour Stéphanie Booth de coComment, les communautés ne vont pas remplacer les médias traditionnels. Il y a un réarrangement du temps passé par les gens. Les études montrent un accroissement significatif du temps passé sur les médias en général, Internet compris, surtout chez les jeunes. Il se crée aussi des communautés qui n'en sont pas vraiment, comme celle de Wendy (un Quick à l'américaine, qui concurrence McDo) avec 80000 participants sur MySpace.



CoComment : voilà un service originaire de Suisse qui répond à un véritable besoin. Il propose de consolider en un seul endroit, et notamment sur son blog, l'ensemble des contributions que l'on peut faire sur d'autres blogs ou sites qui gèrent des conversations (YouTube, Flickr, etc) et d'en suivre les évolutions. En effet, rien de plus frustrant que de laisser sa trace dans plein d'endroits sans pouvoir la consolider quelque part, au hasard sur son blog qui regroupe finalement sa personnalité et ses contributions. Une fois encore, l'outil s'appuie sur une extension Firefox, mais ici c'est moins gênant que pour AllPeers, la population des bloggers contributeurs dans d'autres forums étant plutôt "Firefox friendly". A mon sens, ce genre de fonctionnalité devrait à terme devenir

standard dans les plate-formes de blog elles-mêmes. Je n'ai pas encore vu si cela existait par exemple sous la forme de plug-in à WordPress ou Typepad. Mais il y a un **plug-in** qui facilite l'intégration de coComment dans WordPress. Autant le service créé de la valeur, autant il n'est pas évident de le monétiser. S'il s'agit d'un modèle publicitaire, le % de bloggers par rapport aux internautes pourrait être trop faible, et en plus, les bloggers n'aiment pas trop la publicité (même s'il y en a qui s'en accommodent surtout lorsque leur blog génère du trafic). Sinon, il reste à vendre le service sous forme d'abonnement. mais est-il indispensable à ce point ou n'est-ce pas simplement un "nice to have" pour son égo?



MyBlogLog : c'est une sorte de couteau Suisse du réseau social de bloggers. On y décrit son blog, on intègre un script dans son blog, et cela génère plusieurs services: un tracking du trafic sur son blog (users, d'où viennent-ils, où vont-ils), un widget sur son blog qui indique quels sont les membres de MyBlogLog qui sont passés sur son blog, et ensuite, la mise en réseau entre bloggers sur le site même de MyBlogLog. C'est également un "nice to have" pas évident à monétiser. Il y a de la consolidation potentielle dans l'air!

The new dawn of media / Is old media dead?

L'une des tables rondes qui m'intéressait le plus mais son passage après l'intervention remarquable de Shimon Peres en a enlevé un peu du "sel" car j'étais encore sous le coup du speech de ce dernier. Rodrigo Sepulveda, de vpod, animait le débat. Avant l'intervention de Peres, Pierre Chappaz avait fait une petite présentation d'un quart d'heure sur "The new dawn of media" (photo ci-dessous). Ce n'était pas bien brillant sur la forme (manque de punch) et même sur le fond (enfouissement de portes ouvertes). Sans compter les problèmes pour afficher la présentation à l'écran. C'est dommage. Cela montre au moins que l'on peut être un bon entrepreneur sans être (toujours) un excellent communicant.



Les intervenants de la table ronde:



Et leurs sociétés:



Wikio: on ne présente plus le site créé par Pierre Chappaz et dont l'activité est dirigée par Laurent Binard (ex Médiapps, Lotus, etc). C'est un agrégateur de contenus dont les 15000 sources sont sélectionnées par le site et les articles notés et commentés par les utilisateurs. Il y a quelques points communs avec Digg. Ce découplage entre source d'articles et source de commentaires (qui deviennent ainsi multiples) perturbe le jeu des médias traditionnels dont un grand nombre n'ouvre pas la production de ses journalistes à la sagacité des lecteurs. Wikio est le service de déportalisation par excellence. On peut l'utiliser en substitut d'un agrégateur RSS. C'est aussi un bon moyen de découvrir des sources d'information de qualité par le biais d'une recherche par mots clés. Quand on questionne Pierre Chappaz sur le modèle économique de Wikio, il répond qu'il se focalise d'abord sur la création d'un service de qualité et sur celle d'une audience (à l'échelle européenne pour commencer). Et on verra ensuite. La publicité va devenir un service que les utilisateurs acceptent et qui sera plus personnalisée et contextualisée. Mais cela a réussi à un certain Google. Donc, cela peut marcher lorsque les planètes sont bien alignées!



Eyeka : c'est un site où chacun peut publier ses photos et vidéos. Elles sont notées par les visiteurs du site. Et elles sont potentiellement monétisables auprès de médias plus traditionnels. Ou repackageables sous forme de chaîne TV que l'on peut réintégrer sur son blog. Gilles Babinet, fondateur de cette startup, est dubitatif à juste titre sur tous ces modèles économiques basés sur la publicité. Que faire lorsque l'économie baisse, et impacte en général en premier les dépenses publicitaires?



Citizenbay : c'est un site communautaire gratuit sur les actualités locales qui couvre opinions, actualités et événements locaux et petites annonces. Les articles sont notés par les lecteurs. C'est une sorte d'Agoravox à

l'échelle locale, à ceci près que les meilleurs articles relatifs à chaque ville "partenaire" donnent lieu à une rémunération des contributeurs. C'est un modèle de plus en plus fréquent dans le Web 2.0: appâter les contributeurs avec une rémunération, en général très modeste.



OLX France : c'est un site de petites annonces tout azimut (ventes et enchères, immobilier, services, emploi, cours). On peut définir le périmètre géographique de son offre. Le paiement peut se faire via Paypal. Le site supporte les flux RSS, des snippets pour son blog et les mobiles. Une particularité de taille: la publication des petites annonces est gratuite! Chose toujours aussi incroyable, impossible de voir sur la FAQ du site comment il se rémunère. C'est probablement une combinaison de revenu publicitaire et de commissionnement sur les ventes.

Le futur de la télévision

Il y avait deux tables rondes sur le sujet avec en plus des sociétés ci-dessous Google Video, DailyMotion, re-ypod, XoloTV et i>Télé (filiale de Canal+). Débat classique sur le déclin de la publicité à la télévision et des chaînes qui en vivent. On entend maintenant parler de pro-am, après les prosumers. Les premiers sont des professionnels amateurs qui produisent du contenu, les prosumers sont des consommateurs semi-professionnels qui ... créent aussi du contenu sur les produits qu'ils consomment.



Blinkx: c'est un moteur de recherche de vidéos qui indexe les fichiers non seulement sur leurs descripteurs (tags) mais également sur leur contenu par le biais de reconnaissance vocale et de l'image. Ce genre de site pourra à terme générer un phénomène de commoditisation des sites de partage de vidéo à la Daily Motion.



MoBuzzTV: c'est une chaîne d'information TV en ligne formatée à la fois pour les PC et les mobiles (formats de 3 minutes). Couvre les US et le Royaume Uni.

Vinvin Entertainment: Cyril de Lasterie nous a fait un show décontractant notamment par le biais de ses vidéos en ligne. Je recommande celle où il montre aux américains **comment tester une bouteille de vin** en société. Et aussi les commentaires de son blog, hilarants, sur ce qui est arrivé pendant la conférence LeWeb3. Quand ce genre de chose arrive, autant le prendre avec humour!

Gaming

C'est un domaine que je regarde peu. Mais un vaste domaine qui évolue très vite! L'intervention des gars de Second Life était intéressante.



Boonty: ce n'est plus une startup mais une société française établie depuis 2001 et maintenant présente dans de nombreux pays y compris les USA et l'Asie, qui distribue des jeux vidéos en ligne pour PC et mobiles.



Second Life: il s'agit d'un jeu au sein d'un monde virtuel 3D créé par les joueurs qui sont 2 millions fin 2006 avec le dixième actifs par semaine! Comme "World of Warcraft", c'est un véritable phénomène de société. Les deux intervenants écossais de cette entreprise étaient en kilt et on créé une bonne ambiance pendant ce track (*photo ci-dessous*)! Les participants utilisent une monnaie spécifique pour acheter et vendre tout les objets de ce monde virtuel, les Linden, qui sont convertibles en dollars. Une centaine de participants **gagent** plus de 1000 L\$ par mois! A noter que le service attire 43% de femmes. Outil de défoulement et d'évasion fascinant! Dans le même ordre d'idée, dans la table ronde sur la "bulle", j'ai entendu parler d'une startup Stardoll qui fait du social networking autour de poupées virtuelles. Il se serait vendus un demi million d'accessoires d'habillement pour ces poupées par jour. Le business du futile a de l'avenir dans ce bas monde!



J'ai un fantasme: la création d'un jeu équivalent à Second Life qui simulerait la vie politique et économique d'un pays et dans lequel on immergerait des politiques et leur programme pour en tester la validité. Il faudrait que le jeu soit créé par des économistes de renom.

Mobilité

Il y a eu plusieurs tables rondes sur le sujet, dont une avec Olivier Marcheteau de MSN que je salue bien bas. Les startups impliquées étaient intéressantes mais ce sont surtout des "features companies"!



Blyk: c'est un opérateur de service de téléphonie mobile gratuit pour jeunes financé par la publicité. Ils se lancent au Royaume Uni à la mi 2007. Le fondateur n'est pas n'importe qui: c'est Pekka Ala-Pietilä, l'ancien président de Nokia! J'ai l'impression que l'on commence à marcher sur la tête avec cette palanquée de business models financés par la publicité. Ils reflètent l'évolution de l'attention des jeunes: de la télé vers le PC et les mobiles. Mais cette marchandisation du "temps disponible" a des limites. L'exemple de la limite, c'est ce qui arrive avec la radio aux USA. Elle est tellement inondée de publicités que les opérateurs de radio satellite XM et Sirius ont réussi à générer plus de 13 millions d'abonnés qui payent \$13 par mois pour recevoir une centaine de radios avec un son de qualité CD, aussi bien chez eux que dans leur voiture. Va-t-on se retrouver dans un monde où la majorité des consommateurs vont consommer des services (immatériels) gratuits financés par de la publicité, et une minorité les payer pour éviter une publicité omniprésente? On peut se dire aussi que la publicité devenant contextuelle voire personnalisée, elle sera plus efficace et à investissements publicitaires équivalents, la pression publicitaire pourra diminuer en volume sur le consommateur. Faut voir...



Jaiku: ce service Internet permet la gestion de données de présence (disponibilité, géolocalisation, humeur, préférences, avec qui on est) sur Internet et mobiles et de connecter en temps réel avec sa communauté d'amis et de relations. C'est le type même de service qui a de la valeur mais en aurait beaucoup plus s'il était intégré aux autres services de communication tels que son agenda, sa messagerie, sa messagerie instantanée. Comme pour beaucoup d'autres services présentés pendant la conférence, il y a un besoin rapide de consolidation des services pour que ceux-ci se développent à grande échelle.



Plazes: service de gestion de présence qui vous met en relation avec vos contacts qui sont géographiquement à proximité. La géolocalisation est basée sur l'adresse IP. Encore une "feature company" à intégrer dans les services d'opérateurs de télécommunication!

Et voilà pour ce tour de piste des startups et des tables rondes. Il en manque sûrement car je n'ai pas tout suivi sur place (Six Apart, LinkedIn, TechnoRati ou Fon qui sont maintenant des boîtes de l'establishment du Web 2.0). mais rien qu'en écrivant ce post, j'ai beaucoup appris. J'espère qu'il en sera de même pour vous en le lisant. Et voui voui, je sais, mes posts sont trop longs...

Cet article a été publié le 16 décembre 2006 et édité en PDF le 23 mars 2024.
(cc) Olivier Ezratty – "Opinions Libres" – <https://www.oezratty.net>