



Opinions Libres

le blog d'Olivier Ezratty

LeWeb 2010 – Les startups

La conférence LeWeb est une belle occasion de rencontrer des startups, et pas simplement des startups françaises. LeWeb bouillonne d'énergie et cette énergie vient en grande partie des startups de l'assistance ou dans les stands et présentations. C'est pourquoi je vais commencer par les startups avant de couvrir le contenu des sessions plénières de la conférence.

On en trouvait sous forme d'exposants dans les différents "Docks", hébergées par certains sponsors de l'événement comme Microsoft, et puis, il y avait 16 startups élues qui participaient au concours de LeWeb, trois finalistes pitchant en séance plénière. Ce nombre se réduit d'année en année car il me semble qu'il y avait plus d'une trentaine de startups dans ce concours de beauté de startups il y a quelques années. Probablement une question de logistique. Ce qui permet aussi d'améliorer la sélectivité. Les vidéos des pitches sont **sur YouTube** (et en Full HD, impressionnant en plein écran !), une bonne initiative car les premières années, celles-ci n'étaient pas enregistrées, donc pas exploitables par les startups dans leur marketing post-LeWeb.

Cette année, il y avait une tendance au "partage local" (cuisine, voiture) et beaucoup de solutions des e-commerce mises à toutes les sauces, le tout dans un contexte de forte mobilité. Etait-ce une année innovante ? Ni plus ni moins que d'habitude. Nous avons aussi bien des innovations réelles que des solutions me-too ou des solutions qui améliorent de manière incrémentale l'existant. Rien de bien étonnant à cela.

Les trois finalistes

Trois startups ont été sélectionnées par quatre jurys prestigieux qui les avait regardées pitcher dans une salle à part. On y trouvait notamment Marisa Mayer (Google), Henri Verdier (Cap Digital, MFG Labs), Mike Sigal (de Guidewire, qui organise "Innovate"), Marie Christine Levet (JAINA Capital, le fond de Marc Simoncini) et Stéphanie Hospital (Orange).



Ils ont sorti du chapeau les trois startups suivantes qui ont eu donc le privilège de présenter leur société en plénière de LeWeb. Et en présence d'un jury rassemblant une belle brochette de "top guns" entrepreneurs du web français et un anglais (francophone) : Jean-David Blanc, Entrepreneur/Business Angel (fondateur d'AlloCiné et maintenant business angel), Brent Hoberman (de mydeco, qui était intervenu à LeWeb en 2007), Xavier Niel (Iliad/Free, pour sa première apparition sur scène à LeWeb), Jacques-Antoine Granjon (vente-privee) et enfin Pierre Kosciusko-Morizet (PriceMinister). Tous faisant du financement d'amorçage comme business angels. Les trublions de l'Internet français étaient à gauche (*ci-dessus*) et les bons élèves à droite (*ci-dessous*). C'est une image, qu'ils ne se vexent pas !



- **Waze (Israël)** : une solution logicielle de crowd-sourcing pour identifier les embouteillages et autres blocages de la circulation et proposer des itinéraires alternatifs. Le tout fonctionne évidemment sur smartphones. Il me semblait que d'autres faisaient déjà cela, y compris chez les plus gros acteurs du monde du GPS. C'est le genre de solution qui a besoin de beaucoup d'utilisateurs pour créer de la valeur utilisateur avec un problème d'œuf et de poule classique. Sa distribution doit passer par les application store de smartphones. A terme, ce genre de solution prendra le relais des GPS dédiés. C'est inéluctable. Waze a déjà

2 millions d'utilisateurs, ce qui est en tout cas bon signe. Ils ont déjà des accords de licence pour diffuser leur solution et des revenus publicitaires. De plus, la démonstration était très convaincante. Des trois finalistes, c'est mon préféré.



- **Super-Marmitte (France)** : c'est un peu le principe du covoiturage appliqué à la cuisine. Les utilisateurs du site commandent une portion d'un plat préparé par une personne du voisinage inscrite comme cuisinier "familial" sur le site. Le pitch d'Olivier Desmoulin fut le plus apprécié par la salle. Tant parce qu'il était direct sur les bénéfices clients, que parce qu'il intégrait une petite dose de ringarditude franchouillarde fort sympathique, avec son anglais approximatif. Sans compter la répartie face aux questions du jury, notamment sur l'application de ce modèle au Royaume-Uni ("*UK people have special body to accept bad food*"). Bon, l'idée est séduisante sur le papier. J'y vois un énorme défi : elle n'est pas bien "scalable". Il s'agit d'intermédiaire un service faiblement disponible et non codifié, notamment en termes de packaging et de normes sanitaires. L'inventaire est limité à la proximité de votre logement, et n'est pas global comme dans les solutions d'intermédiation classiques de commerce en ligne (eBay, PriceMinister). Est-ce une application communautaire du principe du "doggy bag" ? Cela pourrait peut-être fonctionner aux USA. Mais pour ce qui est de la France, j'ai quelques doutes. L'effet de levier de l'internet me semble donc un peu limité. Bref, c'est très sympathique de partager le couscous ou le bourguignon avec le voisin. Mais est-ce que cela peut faire un bon business à grande échelle ? Pas évident !



- **SmallRivers** (Suisse) présentait paper.li, un service en ligne permettant d'éditorialiser les flux Twitter des personnes que vous suivez sous la forme d'un journal en ligne. Ce journal peut servir à celui qui le crée et il est lui-même twitté aux personnes qui le suivent. Cela génère au passage un véritable système de spam sur Twitter (*exemple ci-dessous*) censé générer du trafic sur les sites sur lesquels les Tweets éditorialisés pointent. Le modèle économique ? De la publicité sur la page éditorialisée et du freemium. La startup a eu des feedbacks utilisateurs pour des fonctions spécialisées. Ils font aussi appel à des techniques "sémantiques". Je suis très dubitatif sur la forme actuelle du projet, mais elle pourrait se transformer avec le temps en quelque chose de plus viable, notamment par l'agrégation de contenus autres que les messages de Twitter. Notons que Xavier Niel a investi dans cette société comme business angel.



Alors, qu'a fait le jury ? Il comportait cinq français sur six. Que croyez-vous qu'il puisse se passer en pareil cas ? Et bien, le jury a changé les règles du jeu ! Ne pouvant pas départager les trois finalistes, il a créé trois prix thématiques pour les décerner aux trois startups. Le prix de la meilleure viralité pour paper.li, celui de la technologie pour Waze et je ne sais plus quoi pour Supermarmitte. Presque une caricature du comportement français dans les sphères internationales ! Mais bon, c'était justifié par un déséquilibre : Waze venait de lever \$25m. C'est une entreprise bien plus mature que les deux autres. Le combat était inégal. Au pays de l'égalité, ce n'était pas acceptable !

Mon choix

J'avais analysé sur papier les dossiers de ces startups en visitant leur site et mes trois préférées étaient les suivantes : PraizedMedia, Tagattitude et Work4Labs qui associaient une innovation apparente avec un modèle

économique pouvant tenir la route :

- **Praized Media** (Canada) propose Needium, un outil de génération de “lead social” pour TPE. Avec un dashboard qui écoute les réseaux sociaux. Ils font aussi de pigo de ce qui est dit sur les marques dans les réseaux sociaux. C’est l’application du bon vieux truc qui consiste à écouter ce que veulent les gens au lieu de les laisser demander directement. Pas très efficace en général. Cela mérite cependant d’être creusé pour comprendre la spécificité du modèle. L’intermédiation entre consommateurs et producteurs est un champs d’investigation qui n’a pas encore été entièrement exploré. Comme l’indiquait Jacques-Antoine Granjon, nous n’en sommes qu’aux début du commerce en ligne !
- **Tagattitude** (France) propose une solution de transactions par mobiles fonctionnant sans contact et grâce à la technologie “Near Sound Data Transfer” qui crypte les transactions sous forme de sons transférables d’un mobile à l’autre ou d’un correspondant à l’autre. Cela passe par un serveur sécurisé. C’est une sorte de Bluetooth du pauvre, ... qui fonctionne d’ailleurs sans doutes mieux. L’idée a l’air originale et destinée aux pays émergents où le système bancaire est très peu développé. On peut juste se demander si cela fonctionne dans les endroits bruyants. Des français tournés vers le monde, j’aime ça !
- **Work4 Labs** (France/USA) et son application Facebook de gestion de recrutements. En gros, c’est un moyen d’intégrer dans Facebook les fonctionnalités de LinkedIn. Un mélange des genres qui va dans le sens du vent. Même si j’ai toujours l’impression que Facebook est peu utilisé à des fins professionnelles. Les utilisateurs n’y fournissent pas souvent les informations sur leur activité professionnelle contrairement à LinkedIn ou Viadeo. C’est devenu un gros bazar. C’est l’éternel débat de la plateforme généraliste avec son écosystème vs la plateforme spécialisée. L’histoire donne souvent raison aux plateformes généralistes, mais cela a des limites. Leur business model est simple : payant pour le recruteur, en forfait mensuel allant de \$9 à \$799 par mois selon le nombre de postes proposés. Et gratuit pour les recrutés. Comme je ne connais pas ce marché, il est possible qu’il soit déjà bien encombré de dizaines de solutions du même genre.

Les autres candidats

Voici maintenant quelques mots sur les 10 autres candidats de ce *pitchathon*TM de startups :

- **City M** (France) avec Deways, une solution de partage de voitures revenant à les louer à des personnes qui habitent près de chez vous. Sorte de variante du covoiturage. L’idée séduisante, mais pose les mêmes questions de scalabilité que SuperMarmite car l’inventaire sera lent à constituer. En tout cas, c’est dans l’air du temps. Avec un pétrole à \$200, on en reparlera sûrement.
- **Fiddme** (Israël) et son réseau social servant à partager l’information sur ce que l’on mange. C’est une sorte de Foursquare de ce que l’on a mangé avec un fonctionnement voisin : c’est ludique et conçu pour se faire des amis. Trop me-too à mon goût.
- **Greendizer** (France) et son système de facturation par emails sans papier. La bonne vieille dématérialisation avec comme une impression de déjà vu. Il y a tant de boites qui font de la dématérialisation de formulaires et autres processus business en France ! Et qui galèrent. C’est en tout cas un business qui est très dépendant de la réglementation. Avec le conservatisme des processus

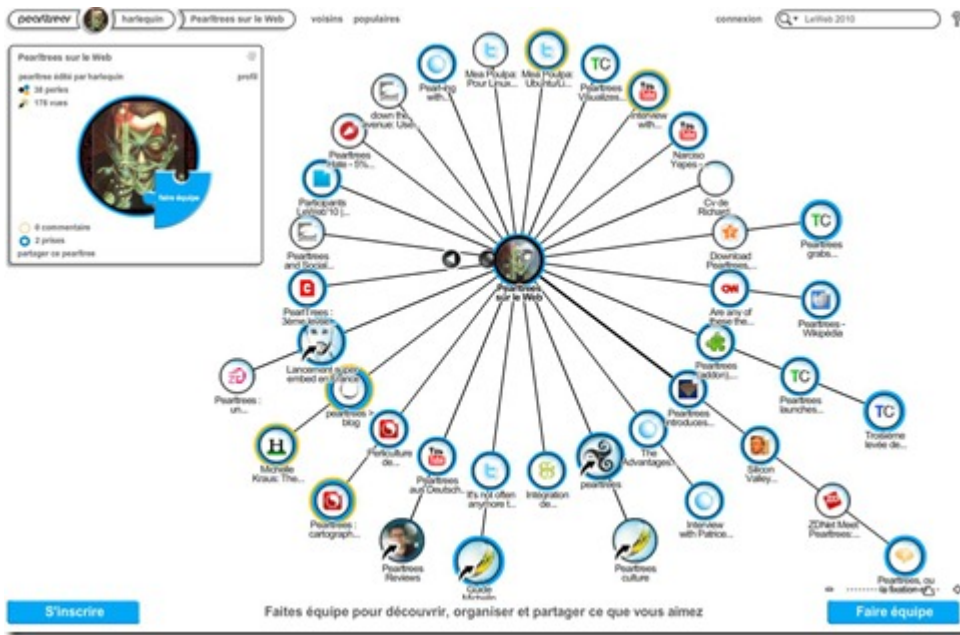
administratifs, seul le poids de l'Etat peut changer les choses. Reste aussi à savoir si ce business est facile à internationaliser.

- **Badgeville inc** (Pays-Bas) et son outil de mesure du comportement utilisateur et de génération de loyauté en ligne basé sur un jeu, des points, des trophées, etc. Populaire chez les jeunes et les joueurs.
- **Cauwill Technologie** (Irlande) avec son service Pinpoints qui convertit les adresses postales en lien Internet (URL) qui pointent ensuite sur le système de cartographie du device utilisé (Google Maps ou autre) en s'adaptant automatiquement. Le cas typique de "feature company". Quelle création de valeur, pour qui et quel business model ?
- **Desk.io GmbH** (Allemagne) et phonedeck, une application de téléphonie intelligente qui indique qui appelle sur votre mobile en collectant un maximum d'informations sur le contact dans vos différents réseaux sociaux. Un truc qui devrait être standard dans lesdits mobiles, mais pour l'instant en "closed beta". Une solution en marque blanche pour accélérer sa diffusion ?
- **Greenpocket** (Allemagne) : leur site était indisponible lundi 6 décembre 2010, ce qui fait désordre. Mais il est maintenant revenu à la vie. C'est une solution de smart metering. J'ai l'impression que ce genre d'outil qui analyse la consommation électrique est fait pour les entreprises mais pas encore pour les foyers.
- **Garmz** (Autriche) et sa place de marché de conception de produits "fashion" reliant les créateurs et les industriels. Un classique du genre. Dans ce business, comme dans pas mal d'autres, le réseau personnel et la réputation comptent beaucoup. Est-ce que le site intègre ces dimensions ?
- **Nuji** (UK) qui sert à découvrir et partager les produits que l'on aime. Encore un site de social shopping de plus. Quelle innovation ? Quels "pain points" ?
- **TinyPay.me** (Pays-Bas) et sa plateforme de e-commerce. Mais encore ? Fait penser à un eBay éditorialisé par client.

Autres startups croisées

Les startups du pitchathon n'étaient pas seules. Il y en avait pas mal d'autres de présentes à LeWeb, que je vais survoler ici :

- A tout seigneur tout honneur, **Pearltrees**. Pour la seconde fois, cette startup française était présente à LeWeb, et comme "Gold Partner", avec un beau stand à l'entrée, à côté des Orange, France Télévision, Google, Renault et Nokia. Rien que ça ! C'est un très gros investissement marketing pour cette startup. J'avais indiqué ce que je pensais de leur solution l'année dernière et mon avis reste stable. Ils annonçaient une **nouvelle version** sur LeWeb qui permet de travailler en équipe sur les "perles". Je pressens que Pearltrees trouvera son chemin comme application de knowledge management pour les entreprises, probablement en mode freemium. C'est ce qui arrive souvent aux services un peu trop "cérébraux" pour toucher le grand public.

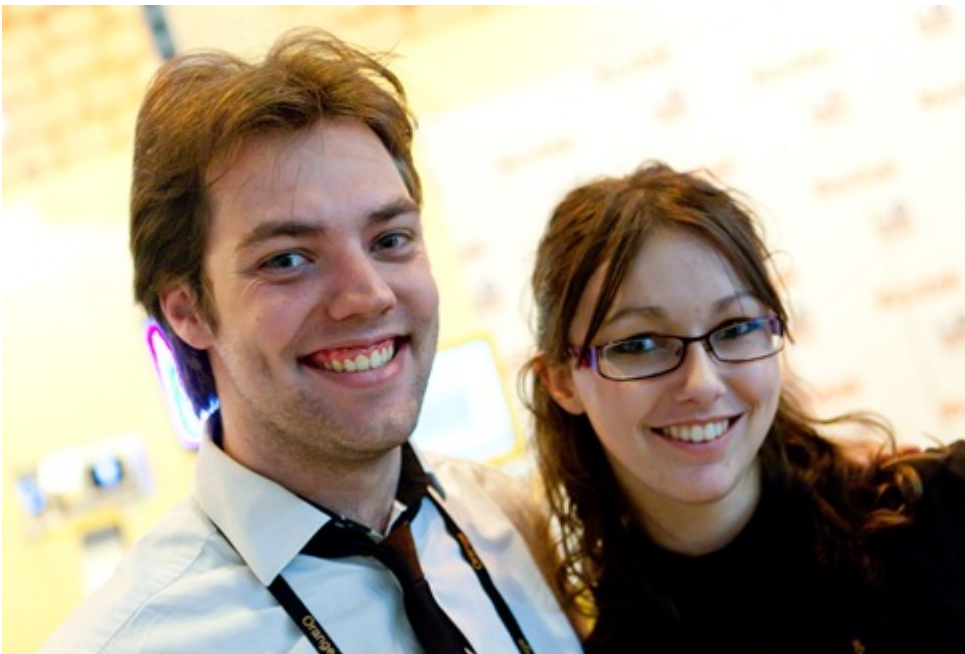


- **Miyowa**, la solution marque blanche d'agrégation de vos réseaux sociaux et communication instantanée pour mobiles hors du monde Apple, autour d'un carnet d'adresses unifié. Ses principaux clients sont des opérateurs télécoms. C'est une belle boîte basée à Marseille, avec son siège à San Francisco (avec son CEO Pascal Lorne, ci-dessous avec ses girls qui ne manquaient pas d'attirer l'attention, un marketing à la Las Vegas, plus rare en France – féministes en herbe, sortez vos armes...) et des développeurs en Europe de l'Est. Avec 150 personnes en tout. Mazette !



- Découverte de la sympathique équipe de **Tumbup** avec son CEO Réda Berrehili (*ci-dessous*). Son site est un service de recommandations de tout : restaurants, contenus, produits en tout genre. Il s'appuie sur les contenus qu'il grappille dans les réseaux sociaux et sur les informations entrées au fur et à mesure par les utilisateurs. Ont-ils trouvé la potion magique pour réussir dans ce créneau difficile ? Trop long à traiter dans le cadre de ce post ! Et puis, l'équipe comprend ce sympathique jeune couple de tourtereaux (Lucas

Ponce de Leon et Adélaïde Durandet, *ci-dessous*) qui s'est rencontré via Twitter, la geekette étant presque plus geek que le geek. Ca promet !



- **Alerti**, une startup dans le vent qui suit ce qui se dit sur les marques. La solution est encore en bêta. On définit les sujets à surveiller, les sources d'information. L'outil analyse la tonalité des avis sur produits et sociétés. Cela permet ensuite de réagir aux alertes en planifiant des tâches comme la réponse aux avis des consommateurs et de les répartir dans les équipes de la société pour éviter les redondances.
- **Wikipixel**, une photothèque collaborative en mode SaaS. Une sorte de Sharepoint de la Photo ?
- **Alcatel-Lucent** qui inaugurerait sa présence avec l'organisation d'un "hackathon" de développement d'applications mobiles (Android ou iPhone) avec comme prix, entre autres, des places gratuites à des

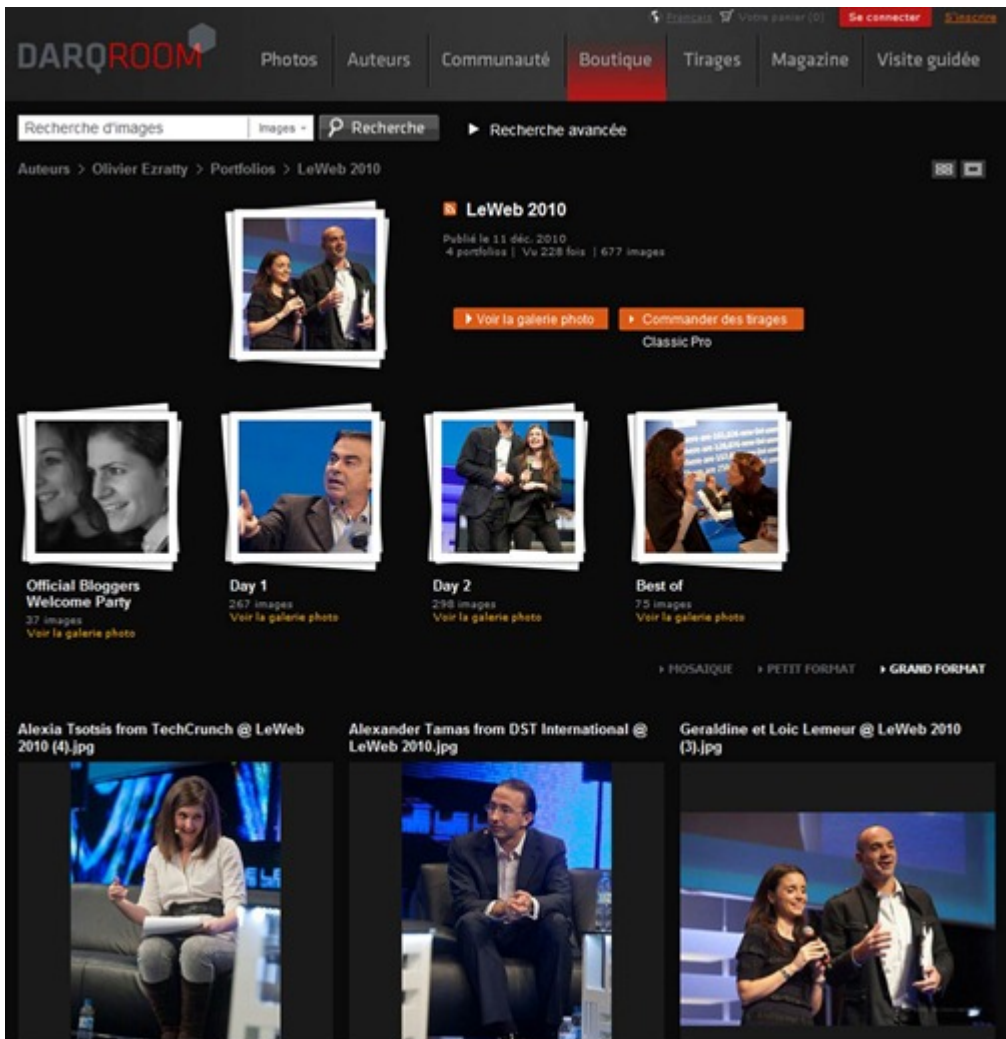
startups pour LeWeb. Les applications développées en mode pizza+caféine devaient supporter OpenPlug, une API de la société éponyme acquise par Alcatel en septembre 2010 et qui permet de développer des applications mobiles en mode multiplateforme.

- **Microsoft** qui hébergeait quatre startups proposant des solutions CMS (content management systems) tournant sous .NET : DotNetNuke (site communautaire du CMS DotNetNuke), Axinom, Umbraco et Kentico. Pourquoi cette focalisation sur les CMS chez Microsoft et les startups ? Je ne sais pas trop.
- Les startups du pavillon de l'**Irlande** : pinpoint (vue plus haut), worky (un truc pour se faire recruter en publiant son CV, hum hum...), LouderVoice (qui agrège les reviews consommateurs de produits dans les sites de e-commerce, why not), Weedle (un autre site de job search), MXSweep (solution de sécurité en mode SaaS), FeedHenry (hébergeur d'applications en mode SaaS), Miximo (un outil pas encore disponible pour améliorer la communication de groupe, dites-le !), temetra (c'est sur smart metering qui fonctionne en mode cloud et à distance, vous suivez...?) et teamworkpen (pas googleisable, je passe).

Il y avait enfin toutes les startups présentes dans la conférence, sans stand ni participation aux divers concours sans compter les "porteurs de projets" qui veulent démarrer une startup et cherchent à peaufiner l'idée et à trouver des partenaires. LeWeb est un bon endroit pour avancer de ce point de vue là !

LeWeb est aussi une sorte de place de marché. De nombreux startups avaient organisé leur journée avec des rendez-vous en série avec des investisseurs potentiels (business angels, VC) français comme étranger. Ça bouillonnait en permanence. De nombreuses levées de fonds démarrent lors de LeWeb pour se concrétiser plus tard. Et il n'y a probablement aucun autre événement de ce calibre en France pour réunir à une échelle internationale autant de protagonistes de l'écosystème de l'innovation numérique. Qui s'en plaindra ?

Pour mémoire, vous trouverez toutes mes bien belles photos de LeWeb 2010 sur **mon site photo** 😊.



Le prochain épisode de ce compte-rendu de LeWeb 2010 portera sur les sessions plénières dans le sujet des “plateformes” (logiciel, cerveau, automobile, charity, etc) avec différents niveaux de lecture.

Tous les articles sur LeWeb 2010 :

LeWeb 2010 – Vue d’ensemble

LeWeb 2010 – Les startups

LeWeb 2010 – Les plateformes 1

LeWeb 2010 – Les plateformes 2

LeWeb 2010 – Les plateformes 3

LeWeb 2010 – Epilogue

Cet article a été publié le 12 décembre 2010 et édité en PDF le 22 décembre 2021.
(cc) Olivier Ezratty – “Opinions Libres” – <https://www.oezratty.net>