



Opinions Libres

le blog d'Olivier Ezratty

Le pitch-slam d'Innovate 2010 à Paris

Après mon compte-rendu de la Startup Academy 2010 **vue de l'intérieur** dont le jury sélectionnait les startups sur dossier et sans voir les équipes, me voici à couvrir un événement où l'on voit les équipes sans les dossiers : la session parisienne d'Innovate 2010. Avec au moins deux idées en tête : partager quelques **impressions** sur les startups vues dans ces présentations (sans y aller par quatre chemins) et aussi quelques **trucs de présentations** – bons ou mauvais – utilisés par les intervenants.

Vous trouverez toutes mes photos de l'événement dans **les galeries photos de ce blog**.



Le concept d'Innovate 2010

Point commun avec la Startup Academy et PowerOn, la société de conseil de Jean-François Ruiz et Sébastien Rousset, Innovate est organisé par une société américaine de conseil en stratégie pour startups, **Guideware**.



L'événement était animé par Mike Sigal, l'un des **trois cofondateurs** de Guidewire. Mike s'y connaît en pitches de startups : il a géré sous licence la conférence **DEMO** pendant 15 ans et l'a revendue il y a un peu plus d'un an à IDG. Il dit avoir rencontré 20000 startups. Bon, pas tout seul, mais avec ses différentes équipes et sur plus de 15 ans. Il a une expérience de l'accompagnement des startups des deux côtés de l'Atlantique.

Le principe d'Innovate est d'organiser des "pitch slams" de startups dans des dizaines de villes aux USA, en Europe et en Asie. Deux startups sont sélectionnées par ville ce qui permet de constituer en fin de circuit un TOP 100 des startups mondiales du numérique. A la clé pour les élus :

- Une **promotion** dans les grands blogs et sites web partenaires de l'opération.
- Des **avantages en nature** divers apportés par les nombreux sponsors de l'opération parmi lesquels on compte les usual suspects : Microsoft (sous trois incarnations: Microsoft, Windows Azure et Bing, bonjour l'organisation et la rationalisation des budgets marketing...), Cisco, Paypal, etc.
- Le fait de se faire repérer par les grands **fonds d'investissement** à l'affût de projets déjà présélectionnés (*modulo le fait qu'ils aiment bien être en avance de phase ce qui est loupé sur ce genre d'opération où tout est sur la place publique à l'échelle mondiale*).

Guidewire est aussi à l'origine du **G-score**, un petit outil d'évaluation du degré de maturité d'une startup basé sur une dizaine de critères. Il permet de rationaliser l'évaluation de startups dans un jury. Microsoft l'utiliserait dans le cadre de son programme BizSpark tout comme Paypal. Je l'ai intégré et commenté dans la dernière édition de mon **Guide sur l'Accompagnement des Startups Hightech en France**.



L'édition parisienne

Elle avait lieu dans les locaux de Microsoft à Issy les Moulineaux au titre de co-sponsor de l'événement. Chose curieuse, à part les startups qui présentaient, le jury et les sponsors, il n'y avait pas grand monde (*cf la photo de la salle au début du post*). J'ai compté une dizaine de représentants de fonds d'investissements. Côté médias/bloggeurs, il y avait @roxannevarza (TechCrunch, aussi membre du jury), @cingrand de LCI, venu en voisin et qui donnera peut-être une visibilité sur sa chaîne de cet événement dans Plein Ecran ce week-end, et moi-même.

Les présentations étaient faites en anglais et j'ai été agréablement surpris par le niveau des intervenants de ce point de vue là, comme si cela avait été un critère important de présélection. Le format: 5 minutes de présentations et 5 minutes de questions réponses.

Il y avait deux jurys, un pour la dizaine de startups du matin, et un autre pour celles de l'après-midi. Avec un mix de représentants des sponsors (Microsoft, Paypal, SWIFT, etc), de grandes entreprises comme La Poste, d'entrepreneurs et média (pour Roxanne de TechCrunch). S'appuyant sur le G-score, le jury posait des questions assez convenues correspondant aux trous de la présentation, voulus ou nom pour gérer le temps : quel est le modèle économique, comment est constituée l'équipe, qui sont les concurrents.

Les pitches

L'écosystème des startups étant un petit monde, j'avais déjà vu la moitié des projets dans d'autres événements ou comités d'investissement divers. Dans l'ensemble, le niveau des présentations était assez bon. Et j'ai découvert ou redécouvert quelques pépites intéressantes sur lesquelles je vais m'attarder un peu plus que sur des projets un peu me-too.

Tour d'horizon...

- **AllMyApps** est un habitué des pitches puisqu'ils ont gagné le TechCrunch Tour à Paris e



en mars 2010. Je les avais aussi croisés à la “demo madness” organisée par l’équipe Microsoft Bizspark aux TechDays en février 2010, et aussi parmi les candidats de la **Startup Academy** où ils ont été le “coup de coeur” du jury. Quelques nouveautés découvertes à cette occasion pour ce service en ligne permettant de facilement installer ses applications préférées : une fonction de recommandation pour trouver des applications (qui rappelle celle de AppsFire qui est adaptée à l’iPhone), un fonctionnement adapté aussi bien aux freeware qu’aux logiciels commerciaux, la création de packages thématiques de logiciels, le poids significatif de l’audience US du site (30% si je me souviens bien). A ce jour, le site a 30000 utilisateurs enregistrés, ce qui reste encore modeste (*ci-contre, Thibault Favre, co-fondateur et CTO*). La monétisation ? Commission d’apporteur d’affaire pour les logiciels payants, publicité pour les gratuits, et aussi quelques deals OEM comme avec Intel pour ses Mobile Internet Devices.

- **BeezBox** est un système de gestion du feedback consommateur p



our les PME adressant le marché grand public. L’idée est de transformer ces feedbacks en opportunités de business. Beaucoup de buzzwords dans la présentation mais au bout du compte, je n’ai pas bien compris ce que cela faisait. C’est le cas classique de la sur-présentation de la business value de la solution, pas assez substantiée par ce que le produit fait. Ce d’autant plus que les **exemples** de beezbox sur leur site correspondant à leurs 80 beta testeurs ne sont pas bien parlants (*ci-contre Solofo Rafeno*). A ce jeu, je comprends mieux à quoi sert **Feedback 2.0**, un concurrent qui est positionné sur un créneau plus précis dans le dialogue entre les marques et leurs consommateurs. Le service sera commercialisé à raison de \$99 par mois et par site.

- **Bookioo**, un site de rencontres espagnol qui donne l’initiative a



ux femmes. Les hommes y mettent leur profil gratuitement et ce sont les femmes qui prennent l'initiative de prendre contact avec les hommes, ou avec d'autres femmes. Les rencontres sont organisées autour d'un calendrier d'activités sociales et permettent d'organiser des rencontres à plus de deux (groupes d'amies, etc). Le site vise les 85% des femmes qui n'utilisent pas encore les sites de rencontres et pourrait générer un ARPU mensuel de 20€ avec des coûts d'acquisitions situés entre 3€ et 6€. Il aurait 74K utilisateurs. L'anglais sera la seconde langue supportée par le site après l'espagnol.

- **Coorp** est un service en ligne pour monter des réseaux sociaux dans le sport qui s'adresse aux clubs sportifs et leur permet de monétiser leur activité. L'équipe est localisée à Biarritz. La vente étant directe auprès des clubs, le modèle ne semble pas très scalable.
- **Hop-Score** propose un baromètre écologique pour les produits



vendus en ligne avec une note allant de 1 à 10. Le baromètre est placé dans les sites marchands avec un modèle économique qui se cherche probablement encore un peu : commission d'affiliation pour les sites marchands et abonnement pour les marques (\$15K à \$35K par an !). C'est un business qui semble dépendre un peu de la réglementation dans l'information aux consommateurs. Ce qui explique l'intérêt d'avoir parmi les quatre fondateurs, un ancien de cabinets ministériels. La startup est lauréate Scientipôle Initiative de janvier 2010. (*ci-contre, Romain Vailleux*).

- **Leetchi** est un système de gestion de cagnottes en ligne financé notamment par Kima Venture et 360 Capital Partners. Le site se finance avec une commission de 4% sur les cagnottes collectées. Difficile d'estimer la taille d'un tel business.
- **Novapost** propose des services de dématérialisation de la gestion de documents, et notamment de la facturation clients dans les services grand public comme Canal+ ou Bouygues Télécom, le tout accompagné d'un service d'archivage électronique avec un stockage garanti sur des décennies. La société cible les PME de plus de 50 employés, qui sont 231000 en France. La société a un modèle hybride de

conseil et de service en ligne.

- **OpenChain** propose un service de certification des processus de passages en douane en Europe. On est



plutôt dans la catégorie des “services outillés”.

- **SmartGrains**, un autre lauréat de Scientipôle Initiative, propose une solution élégante de gestion des parkings permettant aux automobilistes de trouver rapidement les places libres et d’optimiser la gestion des parking et leur fluidité. La solution s’appuie sur un plot tout plat et arrondi connecté sans fil qui détecte la présence des voitures sur chaque place et indique avec une lampe de couleur les places de libres. Reste à savoir si c’est un système adapté à l’after market pour équiper des parkings existant ou pour les nouveaux parking (*ci-contre, Cédric Gepner*).
- **SubMate** est un réseau social mobile pour découvrir à la fois des personnes et des lieux intéressants. Dans la lignée de FourSquare et Gowalla. Le tout s’appuie sur une application iPhone, un site web et des API ouvertes. Le go to market consiste à attaquer les environnements de grandes stations de métro à Londres et à Paris.
- **Dismoiou / Tellmewhere** est un autre service de “locales” pour trouver des services de proximité. Encore un lauréat Scientipôle (décidément...) ! Ils ont 630K utilisateurs et seraient numéro un en Europe. Et ont maintenant l’inévitable application iPhone dans leur offre (*ci-dessous, Gilles Barbier*).



- **FlipStory** propose un service en ligne d’impression de “flipbooks” à partir de vidéos et pour 8€. Il s’agit de

petits livres photo utilisant les frames de vidéo pour recréer une animation en feuilletant les pages. Le service d'appuie sur un logiciel adapté et sur un procédé de façonnage spécifique dérivé de machines de façonnage standards. Ils impriment en France et couvrent le marché européen. Ils proposent des APIs pour intégrer le service dans tous les sites de partage de vidéos. On est en plein dans la "feature company".



- **Gekko** est un moteur de recommandation pour le voyage pour l'instant focalisé sur la recherche d'hôtel. Si on a apprécié tel hôtel à Frankfort, il proposera un hôtel équivalent dans une autre ville visitée (*ci-contre, Michel Cassius, se faisant cuisiner par Mike Sigal*).
- **Intelen** est une startup grecque qui fait du "smart metering", un service très à la mode pour mesurer la consommation électrique des foyers ou dans des environnements professionnels (hôtels, banques, etc). J'avais eu l'occasion d'évoquer ce sujet dans le dernier **Rapport CES 2010**. Pas sûr que l'utilité du service soit bien claire. Il serait associé à de la publicité sur les économies d'énergies.
- **Silentale** est une solution en ligne de consolidation d'une vue d'



ensemble des communications avec ses différents contacts. Elle répond à la diversification des moyens de communication interpersonnels popularisés par les réseaux sociaux et à la fragmentation de la notion même de messagerie. En effet, on communique sur Internet non seulement via le bon vieux mail, mais aussi via Facebook, LinkedIn et autres Twitter. Résultat : les traces de nos communications sont éclatées dans tout un tas de systèmes qui ne communiquent pas bien entre eux. Silentale consolide tout cela. C'est une sorte de méta-messagerie. Le système créé un carnet d'adresse qui consolide ses listes de contact dans plus d'une douzaine de messageries et réseaux sociaux et gère la déduplication. Le modèle est freemium et gratuit jusqu'à l'intégration de cinq services de communication et réseaux sociaux (*ci-joint trois des quatre co-fondateurs de Silentale : Laurent Féral-Pierssens, Shannon Ferguson et Laurence Bret*). Après, cela commence à \$49 par an pour intégrer 10 services. Le service et le site web associé sont très bien faits, c'est très pro, en anglais, il y a des APIs, un

add-on pour Firefox, bientôt un plugin pour Outlook, et l'inévitable application iPhone. Après se pose l'inévitable question de la confiance dans un tel service pour lui donner accès à un tas d'informations sur l'ensemble de ses communications en ligne. Et aussi, d'identifier les segments d'utilisateurs les plus à même d'adopter en premier ce genre de service. Est-ce vraiment mainstream ? Est-ce comme certains outils très populaires dans la Silicon Valley et adaptés aux communication-addicts pas forcément représentatifs de la masse des Internautes ? Pas évident de savoir. Cf cette **bonne analyse** de ReadWriteWeb sur

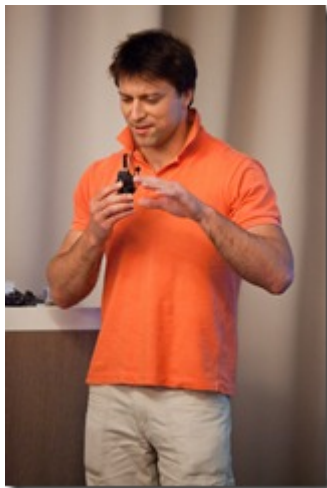


Silentale.

- **SparkAngels** est une solution d'assistance en ligne pour le support technique basée sur le partage d'écrans. Plus qu'une solution technique, c'est une plateforme permettant de trouver la personne qui va vous dépanner en ligne, sorte de Quotatis pour les services d'assistance en ligne. Un petit air de qui vous savez... (*ci-contre, leur CEO, Frank Rougeo*).
- **Tryane** est mon coup de coeur de cet événement ! C'est une solution de business intelligence de la collaboration dans l'entreprise. Elle permet de créer les indicateurs de performance du travail collaboratif dans les entreprises, indicateurs qui ont été validés scientifiquement par le truchement de partenariats avec des laboratoires de recherche. Le tout est présenté de manière très synthétique et visuelle. On peut ainsi identifier les départements d'une entreprise qui créent un goulot d'étranglement dans la communication interne ou externe. J'avais gambé sur un tel service dans un **post datant de février 2008** ("Emails datamining") en évoquant les barrières à son introduction dans les entreprises. Comme tous les outils de travail collaboratif, l'implantation de tels indicateurs pose autant de questions managériales, voire éthiques, que techniques et pratiques. Il faut aussi identifier à qui la solution sera vendue dans les entreprises et sur quel budget elle sera financée. Aux DRH ? A la Direction de la Communication ? A la Direction Générale ? Ce qui implique aussi de s'associer à des cabinets de conseil spécialisés en organisation, management et gestion du changement. Il serait sinon intéressant de rapprocher ce genre de services de ceux de Silentale car la communication et la collaboration ne se résument plus à la circulation des emails.

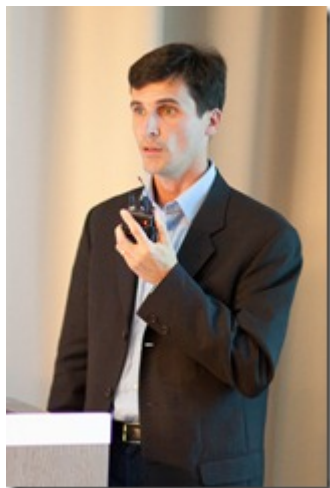


- **Ecovadis** propose un service d'évaluation de la responsabilité sociale et environnementale des entreprises (CSR). On est encore visiblement dans le "service outillé" qui s'appuie sur des consultants, ce qui entraîne un positionnement orienté grandes entreprises, à l'envers du positionnement PME d'une startup comme Verteego. Du point de vue de l'investisseur, je n'aime pas trop ce genre de business car il n'est pas très



scalable.

- **Stupeflix** est un service en ligne de création automatique de vidéos à partir d'éléments divers : photos, musique, vidéos, contenus de sites web et réseaux sociaux comme Facebook. Quelques particularités bienvenues : un logiciel d'édition de vidéo très simple d'emploi complémentaire de la fonction automatique du service, une API permettant à des sites de faire appel au service de manière automatisée pour créer à la volée de nombreuses vidéos et la création automatique de chaînes de webTV basées sur des flux Twitter ou Flickr. Le modèle économique consiste à vendre le service à des sites de vente en ligne, idéalement ... eBay. Le service est payant pour eux. Le service rappelle le bien connu Animoto qu'il améliore par la flexibilité de ses outils de création de vidéos. Il n'est cependant pas en reste côté visibilité, investissant du temps et de l'énergie pour être présent outre Atlantique, notamment dans divers événements comme web2.0expo ou southbysouthwest (*ci-contre, le co-fondateur, Nicolas Steegmann*).



- **Ulteo** est une solution open source de bureau virtuel. Le déclencheur de la mise en oeuvre de ce genre de solution est souvent la migration vers un nouveau système d'exploitation comme le changement de version de Windows dans les entreprises. La société a bâti de nombreux partenariats avec les grands du secteur : Microsoft, Ubuntu, Novell. La grande question sur ces logiciels open source réside dans la scalabilité du modèle économique et la capacité à vendre un service de maintenance indexé non pas sur le "manpower" nécessaire mais sur le nombre d'unités du logiciel déployées. Je les avais vu il me semble sur Capital Week



en 2008 (*ci-contre, Thierry Koehrlen*).

- **Wozaik** propose une solution de bookmarking visuel en mode web facile à mettre en oeuvre, déjà vue sur le Demo Fest Bizspark des TechDays en février 2009 et aussi dans la Startup Academy 2010. Petites particularités chiffrées : deux ans développement, 90 itérations du logiciel, 500 early adopters, 3000 utilisateurs et 16K bookmarks. Mon avis ? C'est plutôt mauvais signe. Et je me permet de douter de l'utilité réelle du service car le bookmarking s'applique à des bouts précis de sites web. Quel usage vs le bookmarking de sites dans leur globalité et leur suivi via des lecteurs RSS ? Ce qui n'a pas empêché à Wozaik d'être l'une des deux startups sélectionnées par le jury (*ci-contre, Vincent Gire, leur CEO*). Le business model s'appuie sur de l'affiliation et des services freemium.
- **Yatedo**, dernier en piste, est un service sémantique de recherche de personnes. Cela rappelle furieusement le très controversé 123people qui a été récemment digéré par le groupe PagesJaunes. La différence ? Le sémantique, qui permet des rapprochements d'informations plus pertinents. Le service en ligne va

évidemment butiner dans les réseaux sociaux. Petit conseil aux développeurs : faire en sorte que le site web s’affiche bien sur les écrans des netbooks ! Les concurrents (PeeekYou, pipl, Zoominfo, Intelius, spokeo) seraient payants et eux gratuits. La monétisation prévue me laisse un peu pantois : outils de monitoring, d’analyse sémantique et support personnalisé, ce qui ne semble pas bien scalable.

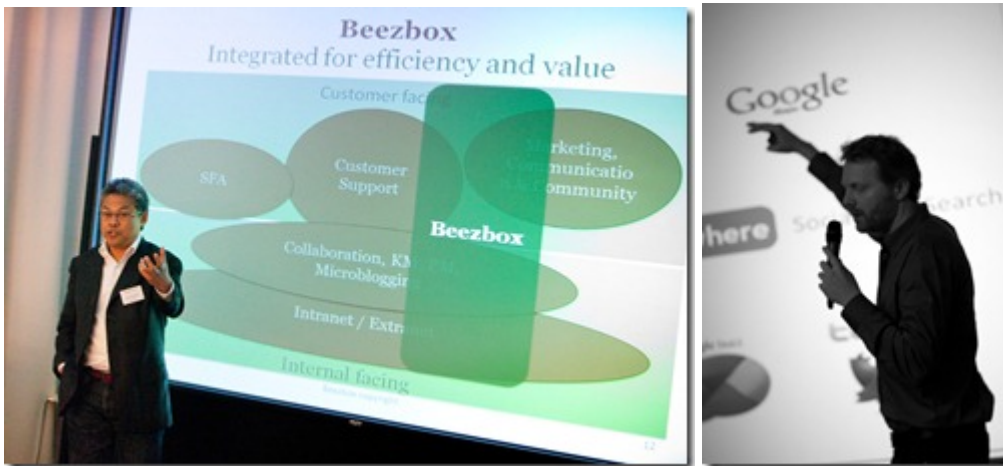
Les deux startups sélectionnées pour faire partie du TOP 100 mondial de l’année d’Innovate furent SmartGrains et Wozaik. Bravo à tous les deux !

Les trucs de présentation

Si chaque présentation était le fait d’une seule personne, chaque startup disposait d’une équipe fondatrice d’au moins deux personnes, un point qui validait implicitement le besoin de ne pas partir seul dans une telle aventure (cf “Le cas difficile de l’entrepreneur isolé”).

Voici sinon quelques trucs “visuels” de présentation plus ou moins réussis que j’ai notés avec mon appareil photo pendant les présentations :

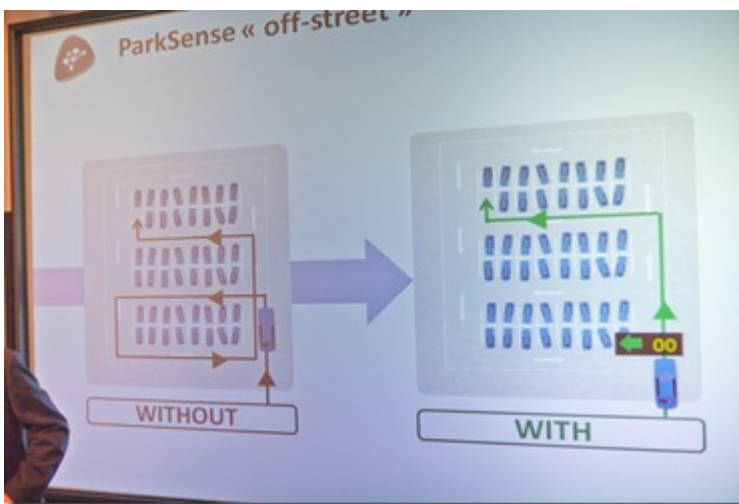
- Le **slide de positionnement** est maintenant un grand classique pour situer la startup dans un environnement concurrentiel encombré. En fait, ce n’est pas toujours si parlant car c’est assez convenu et le message sous-jacent au positionnement n’est pas toujours très crédible. Le commentaire de ce transparent ne doit donc pas consister à juste décrire ce que l’on voit dans le slide (on fait cela et ceci en mieux...) mais d’expliquer en quoi c’est censé du point de vue du client (cela simplifie les processus, les achats, etc).



- La description des “**pain points**” clients est un indispensable pour positionner son produit. Roland Favre de OpenChain a poussé le concept plus loin en démarrant sa présentation avec un effet “choc” : l’impact de 9/11 ! Une nouvelle guerre démarre ! Bon, tout cela pour parler ensuite de certification douanière. La tension pouvait rebaisser !



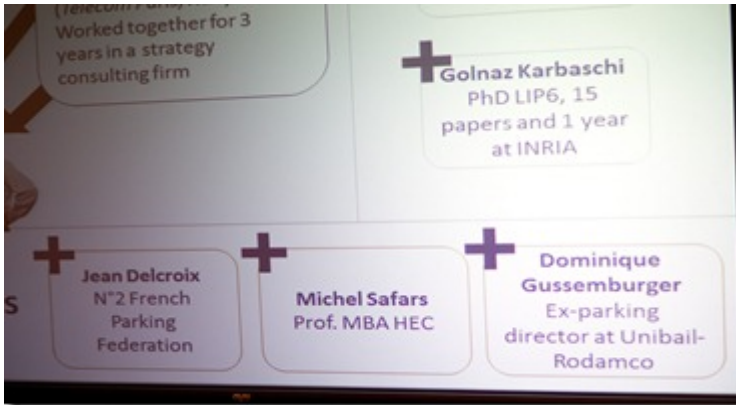
- L'explication imagée du **bénéfice utilisateur** comme ici chez SmartGrains, pour améliorer l'efficacité de la recherche de place de parking. C'est la bonne vieille technique du 'avant et après'.



- La présentation visuelle et synthétique de l'**équipe** chez Silentale avec la liste des boîtes où les uns et les autres ont acquis leur expérience.



- La présentation du **board** de SmartGrains avec un mix de professeurs d'université, chercheurs et spécialistes de leur secteur d'activité.



- Les **slides de backup** qui permettent de répondre aux questions. Un grand classique.
- L'intervention est toujours plus efficace lorsque l'intervenant **regarde l'audience** et utilise ses mains. Le micro main est d'ailleurs un gros handicap. Petit conseil : préférez les micros cravatte lorsque la technique de la salle le permet ! Cela permet d'avoir les deux mains libres et ainsi d'être plus expressif.

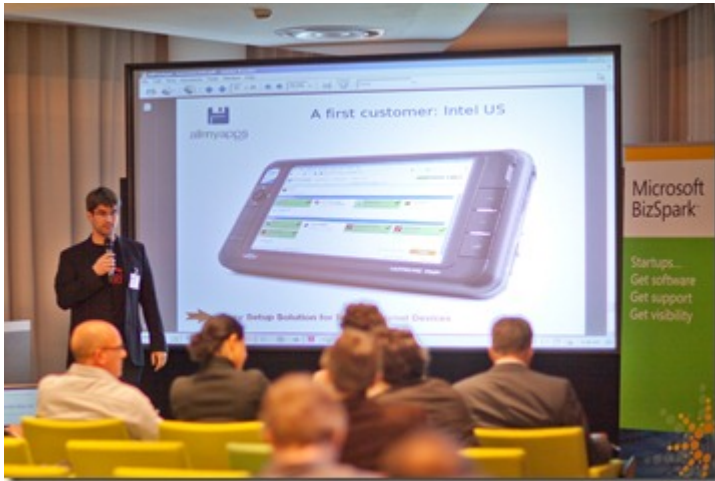


- Et il faut regarder la salle, pas les slides ! Il est difficile de se soustraire à l'**attirance magnétique** de l'écran et des slides. On le voit à la position de pieds, notamment pour David Olmos de Bookioo au milieu ci-dessous. Frank Rougeau de SparkAngels se débrouille mieux pour rester tourné vers l'audience.



- Présenter un **premier client prestigieux** fait toujours son effet comme Intel ci-dessous pour AllMyApps.

Seuls les spécialistes verront qu'il s'agit d'une activité marginale chez ce client... :).



- Le **modèle économique** qui évite soigneusement le financement par la publicité qui n'est plus du tout en odeur de sainteté. La dominante ? Le freemium (une version gratuite et une version payante du service selon les fonctionnalités, la version iPhone étant souvent payante) et l'affiliation (commission récupérée auprès de sites marchands à qui l'on fournit des leads).
- La **démonstration enregistrée** de Leechi. Mais pas pour Stupeflix ! Nicolas Steegmann a fait toute sa présentation avec un seul slide, le logo de sa startup ce qui est sommes toutes efficace, sauf lorsque l'on est un peu introverti. Il n'a pas fait de démonstration de son service, pourtant très visuel. L'organisation lui avait recommandé d'éviter les vidéos. D'où les limites du respect des consignes quand le bon sens n'est pas respecté ! Il faut savoir mettre le bon sens en premier devant le respect des règles imposées et dont le contournement ne constituera pas un hors jeu flagrant !



- Enfin, dernier point : la **qualité du site web** de la startup. Est-il disponible en anglais ? Est-ce que les informations sont clairement présentées ? Est-ce que la valeur du produit est bien mise en évidence ? D'autant plus que le site est facilement testé pendant les présentations grâce au wifi ambiant voire à la 3G. On voit rapidement les sites de pros avec un bon design et un positionnement clair ! Ces sites sont aussi associés à un blog. Dans les candidats de cette journée, les sites qui se démarquaient étaient ceux de AllMyApps, Leetchi, SubMate, Gekkon, Silentale (*ci-dessous*) et Stupeflix.

Voilà pour cette fois-ci.

Rendez-vous à la prochaine foire aux startups...

Cet article a été publié le 28 avril 2010 et édité en PDF le 21 décembre 2021.
 (cc) Olivier Ezratty – “Opinions Libres” – <https://www.oezratty.net>