



Retour sur la Lady Pitch Night de Girls in Tech Paris

J'ai participé pour la première fois à l'une des réunions des "Girls in Tech Paris" le 15 septembre 2010. Ce jour là, j'ai rapidement présenté à l'assistance le **Guide Entrepreneur** en évoquant le manque d'un chapitre sur le cas des femmes entrepreneurs et en faisant un appel au peuple pour l'alimenter. En effet, le moins que l'on puisse dire est que les femmes entrepreneur ne sont pas légion dans le monde du numérique. Il suffit de participer à n'importe quel événement de l'écosystème des startups pour s'en rendre compte. Allez à la conférence LeWeb, et les quelques femmes que vous y croiserez seront surtout dans les métiers des relations publiques, de la communication ou des relations humaines. Pourtant, il n'y a pas de fatalité à ce que les femmes soient si sous-représentées dans l'entrepreneuriat du numérique. Au même titre que dans les métiers d'ingénieurs ou de scientifiques.

Le 15 septembre, la première réaction fut celle de Catherine Barba (**Malinea Conseil, Cashstore**) : marre de voir les femmes mises à toutes les sauces ! Etre femme et entrepreneur n'est pas un problème ou un handicap. Au contraire : c'est un atout ! Les financeurs sont plus à l'écoute. Les femmes peuvent même profiter de leur charme pour obtenir ce qu'elles veulent, comme être payées dans les délais par exemple. Comment dans de nombreux métiers, la faible proportion de femmes s'explique beaucoup par l'amont, dans l'éducation aussi bien familiale que scolaire et dans les méthodes d'orientation. Avec le binôme classique des sciences dures qui attireraient en majorité les hommes et les sciences molles (ou douces, selon les appellations) qui attireraient plus les femmes. Mais les prédispositions sont les mêmes, le reste étant affaire de système culturel, de mythes et préjugés. Consultez sur ce point les **ouvrages** de Catherine Vidal, une spécialiste du fonctionnement du cerveau, et son édifiante **intervention à TEDx Paris** le 15 janvier 2011.

Je prévois cependant toujours ce chapitre "femme et entrepreneur" pour la prochaine et quatorzième édition du Guide de l'Accompagnement des Startups Hightech en France. **Roxanne Varza** (*ci-dessous*) qui anime Girls In Tech Paris va même formaliser les questions clés de ce chapitre et contribuer à l'enrichir. Si vous êtes femme et entrepreneur, je suis preneur de tous les conseils que vous pourriez prodiguer à d'autres femmes qui voudraient se lancer dans l'entrepreneuriat. Que ce soit pour lever d'éventuelles inhibitions, pour se lancer d'un point de vue pratique, pour s'entourer, et tout bêtement pour réussir (les conseils de femmes s'appliquant aux hommes étant aussi les bienvenus...) !



Sur ce, travaux pratiques. J'ai assisté le 26 janvier 2011 à "La Cantine" à la première session de pitches de startups de femmes, toujours organisée par Girls in Tech et avec Roxanne aux commandes, l'événement étant sponsorisé par Orange. J'y ai vu plus de pitches de femmes que pendant une bonne demi-douzaine d'événements de pitches traditionnels de startups. La règle : l'entrepreneuse devait être fondatrice ou cofondatrice d'une startup. L'audience comprenait 2/3 de femmes et 1/3 d'hommes ce qui change des habitudes.

Je me demandais s'il était possible d'en déduire quelques observations sur la manière de présenter de ces entrepreneuses ou sur leurs entreprises. Et voici ce que j'en retire, et qui peut prêter à discussion :

- Les **projets** avaient pas mal trait à la vie pratique : comment décorer sa maison, comment d'habiller, comment téléphoner moins cher. Et puis une activité relevant de l'économie solidaire. Est-ce un pattern ? On manque de données statistiques ! J'ai en tout cas rencontré à de nombreuses reprises, par exemple dans le Web2Day de Nantes en juin 2010, des femmes entrepreneurs dans ces secteurs. Ce qui ne veut pas dire que l'on ne trouve pas de startup à fort contenu technologique créées par des femmes. Il y en a, j'en croise de temps en temps, mais peu en proportion.
- Les **pitches** duraient trois minutes (+ autant pour les questions avec le jury). Ils étaient percutants. On comprenait vite les bénéfices du service proposé. Et surtout, je n'ai pas détecté de pipo ni de situation inutilement enjolivée. Les femmes seraient-elles plus sincères en affaires ?
- L'**art oratoire**, qui a une grande importance dans l'efficacité des présentations, respectait les principes de base. Le contact des yeux, la gestuelle (que je cherche toujours à mettre en valeur dans mes photos, cf *ci-dessous*), des phrases courtes et simples, de la conviction. Tout y était.
- Les **équipes** des startups en question sont toutes mixtes. Parfois, l'entrepreneuse est associée à son conjoint. Dans d'autres cas, elle a su créer une équipe autour d'elle, avec hommes et femmes.

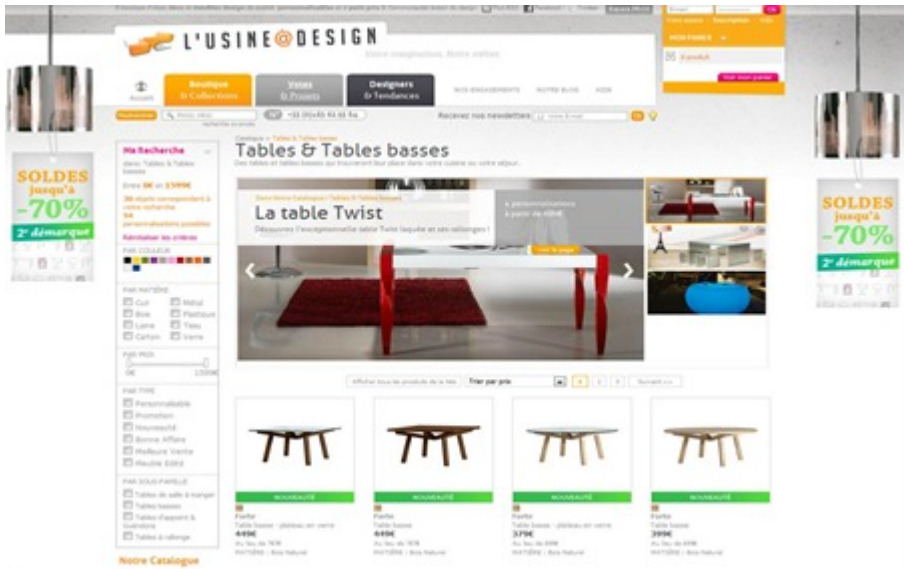
Les projets présentés

Cinq projets étaient présentés pendant cette réunion :

- **L'Usine à Design**, avec **Emilie Gobin**, qui l'a cofondé en 2009 avec trois hommes : Charles, Vincent et Toni, tous issus de HEC. La société a levé 1.6m€ de fonds en mai 2010 chez CM-CIC Capital Privé. C'est la startup sélectionnée par le jury de cette soirée ! Ce qui lui a permis de gagner un ticket pour la conférence **Lift Conference** qui a lieu en février 2011 à Genève.



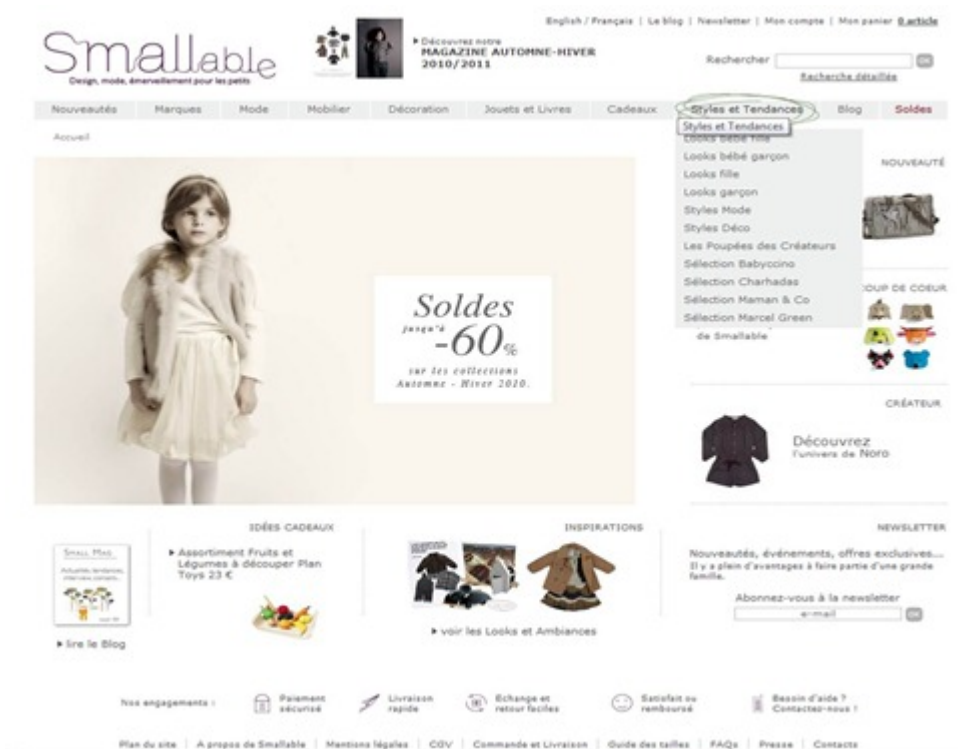
L'Usine à design est une plateforme marchande et communautaire d'objets design personnalisables pour la décoration d'intérieur. Il rapproche consommateurs et designers, qui sont mis en valeur sur le site qui est par ailleurs bien éditorialisé. La relation est également directe avec les usines de fabrication. La personnalisation concerne en général la couleur de l'objet et la nature de son revêtement. Pour les meubles en bois, on peut souvent choisir le bois utilisé dans la fabrication. Dans quelques cas, la personnalisation va au delà avec d'autres éléments de décoration (boutons, etc). La recherche de produits est bien faite et multicritères. On peut trouver les gammes de produits associées entre catégories de produits. On peut ainsi trouver des étagères en cohérence avec les chaises et tables que l'on a sélectionnées. Les prix sont plutôt élevés en conséquence car il faut bien payer le design ainsi que la personnalisation, telle cette **table basse** à 399€. Ce qui à mon sens positionne le site sur les foyers qui ont déjà un certain niveau de vie. Le modèle économique est classique et repose sur de la marge revendeur. Le marché de la décoration est très encombré avec par exemple **MyDeco** (UK, véritable place de marché qui fait l'intermédiation avec des vendeurs et magasins), **MyFab** (qui indique où sont fabriqués les objets, en général en Chine, avec ventes flash groupées), **FactoryDeco** (ventes groupées), **Deco on Demand** (des designers, mais pas de personnalisation, approvisionnement en Asie du Sud-Est), **DeClickDeco** (le "cost killer" de la déco) et **Woodeos** (meubles en bois sur mesure, mais pas forcément design). Bref, la personnalisation étant dans l'air du temps, ce site de commerce en ligne devrait bien fonctionner. Et son démarrage est plutôt prometteur.



- **Smallable** avec sa fondatrice **Cécile Roederer**. Le site a été créé en 2008 et a levé 3m€ auprès de Alven Capital. L'équipe compte maintenant une douzaine de personnes.



Il s'agit d'un concept store pour enfants rassemblant à la fois l'habillement, la décoration et les jouets. Il intervient dans le cycle de la vie juste après **Envie de Fraises** (dédié aux femmes enceintes et enfants en bas âge). Contrairement à ce dernier site qui fait produire pas mal de choses sous sa propre marque, Smallable promet plutôt des produits de marques, et près d'une centaine. Sa **couverture presse** est impressionnante, il serait intéressant de savoir quelle est leur agence de RP !



- Looknbe avec **Olga Dworzecka Castellani**, qui l'a cofondé avec son mari Stéphane. La société a été lancée mi 2010. Le financement ? Le couple a vendu son appartement pour démarrer la société ! Mais aussi 250K€ de love money.



Le site est une sorte de “miroir social” où ses utilisateurs obtiennent du feedback d’autres utilisateurs sur leur looks et leurs achats potentiels. Le site est agrémenté de fiches pratiques d’experts qui équilibrent l’UGC du site. Rubrique “look de merde”. On y trouve les liens habituels avec Facebook et Twitter. La vie privée préservée grâce à un outil qui permet facilement d’effacer les visages des photos publiées. Ce qui est surtout valable pour cette étonnante rubrique des “look de merde” ... des autres ! Looknbe propose également son application iPhone pour interroger son réseau sur son look, ce qui peut être pratique en pleine cabine

d'essayage, même si les chances d'avoir une réponse immédiate sont faibles. Le modèle économique repose surtout sur la vente d'espaces dédiés aux marques ainsi qu'aux professionnels du look : coiffeurs, stylistes, coach en look. Et la société a des ambitions internationales, le site d'apprêtant à devenir multilingues. Looknbe se situe dans la lignée des nombreux réseaux sociaux du domaine du fashion, très porteur, d'autant plus que les marques recherchent des points de chute pour leurs campagnes de publicité en ligne.

- Likiwi avec **Aurélie Perruche**, sa cofondatrice, une ingénieure spécialiste des systèmes embarqués. Elle aussi a un homme associé dans l'affaire, Yann Moralès.



La société propose une application pour Facebook permettant de téléphoner gratuitement. Dans Facebook, on a affaire à une sorte de Skype intégré, avec de la publicité avant l'appel où l'utilisateur indique s'il l'a aimée ou pas. Chaque visualisation de publicité permet de cumuler des points utilisables ensuite pour téléphoner de manière classique ou envoyer des SMS vers des numéros fixes ou mobiles. Il est possible d'abonder ces points avec l'achat de cartes prépayées via Paypal. La clientèle principale ? Les immigrés et autres transnationaux qui ont besoin de joindre leur famille ou d'être joints, avec avec un budget serré. Il n'y a qu'à voir le nombre de boutiques vendant des cartes de téléphone prépayées dans les quartiers populaires de Paris ! Ceci tient compte de ce que les FAI français ont certes de la VOIP intégrée dans leurs forfaits, mais elle ne couvre pas les mobiles à l'étranger, ni les fixes dans certains pays. Des cinq projets présentés, c'est celui qui me semble le plus difficile. La valeur de la publicité en pre-call ne doit pas être bien élevée.

- Babyloan avec **Aurélié Duthoit**, cofondatrice avec deux hommes de cette société de micro-crédit solidaire.



Elle se situe dans la mouvance du micro-crédit et des prêts solidaires qui permettent de lancer des projets de micro-entrepreneurs dans le monde entier, à la recherche de quelques centaines d'Euros de financement pour démarrer une activité. L'équipe comprend deux hommes pour sept femmes. Le projet a été aidé par diverses institutions financières et de micro-crédit : la BRED, le Crédit Coopératif, l'ONG ACTED ainsi que la fondation Grameen du Crédit Agricole cofondée avec le prix Nobel de la paix, apôtre du micro-crédit solidaire, le Bengladais Muhammad Yunus.

Signalons au passage que le jury était mixte... avec une femme et deux hommes. Il y avait **Marie Ekeland** (ci-dessous à droite) de chez Elaia Partners, et **Thibaud Elziere**, l'un des fondateurs de Fotolia, en plus de **Pascal Latouche**, Directeur des Nouveaux Concepts Marketing chez Orange. Avec des questions assez classiques sur le ciblage, le modèle économique et la concurrence.



Signalons aussi que la soirée était introduite par la fondatrice du site de covoiturage Zipcar, **Robin Chase**, qui a surtout raconté l'importance de maîtriser son "elevator pitch", en prenant comme exemple son cas personnel qui l'a amenée à faire un elevator pitch... dans un ascenseur.



Cet événement était intéressant à la fois par la forme et par le fond. On peut espérer cependant qu'il travaille à son inutilité, à savoir qu'il n'y aura bientôt plus besoin d'en organiser pour atteindre une masse critique d'entrepreneuses dans les conférences de startups.

Vous trouverez toutes les (belles) photos de cet événement à l'endroit habituel, sur **mon site photo**.

Prochaine étape : la **Fail Conference**, sur les échecs entrepreneuriaux qui a lieu mardi 11er février chez Microsoft France. Signe intéressant : si elle est animée par Roxanne Varza, décidément incontournable, tous les intervenants sont des hommes ! Ah ah !

Cet article a été publié le 29 janvier 2011 et édité en PDF le 26 décembre 2021.
(cc) Olivier Ezratty – “Opinions Libres” – <https://www.oezratty.net>