



Opinions Libres

le blog d'Olivier Ezratty

Les projets des startup weekends

Je vais vous raconter ici le point de vue d'un mentor de Startup Weekend, après en avoir fait deux (Nantes puis Sophia Antipolis).

La particularité des startups weekends est qu'ils font éclore des projets avec une typologie assez marquée :

- Les projets présentés et retenus sont très généralement très **grand public**. Un entrepreneur en herbe qui viendrait pitcher un projet "business to business" aurait très peu de chances de constituer son équipe. C'est lié à l'audience, très jeune, avec pas mal de développeurs Web et de designers.
- On a inmanquablement des projets sur la **restauration**, sur la **recommandation**, sur la **création musicale**, tout comme des **jeux mobiles**. Il y a aussi toujours quelques projets dans la sphère non marchande : comme sur le **vote en ligne** ou bien dans l'**économie solidaire**. Sur une dizaine de projets, on a généralement un bon échantillon de ce qui se crée comme startups en France dans l'Internet.
- Il y a beaucoup de **me-too** « *parce que le marché est porteur* » (vente d'ebooks), de l'empathie consommateur sans monétisation évidente (MamyStory) ou bien de l'opportunisme (intermédiation livraison fast food). Les services imaginés sont très souvent liés à des besoins de niche de marché.
- L'aspect **produit** est généralement peu traité faute de temps pendant ces weekends. Une maquette est rapidement développée. Mais les spécifications sont rarement approfondies sur ce qu'il faudrait faire pour créer une "killer application". Cela rejoint des lacunes de compétences courantes en "Product marketing". Mais sauf exception, il n'y a presque jamais d'impossibilité technique à développer le produit imaginé. Il s'agit plutôt d'innovations d'usages que de ruptures technologiques.
- Le **business model** est conçu bien après l'idée et c'est la partie du projet qui conduit très souvent à des révisions déchirantes. L'évolution classique est de faire évoluer un modèle btob vers du btoc, ou un modèle gratuit vers un modèle freemium. L'architecture financière du business model (structure de coûts et de revenus, économies d'échelle, coût d'acquisition des clients) est rarement développée sauf lorsque l'un des membres de l'équipe a une compétence dans le domaine.

Le feedback des mentors aux équipes s'intéresse évidemment d'abord à l'idée. De prime abord, on se dit en premier "hou lala, pas évident". Avec un trip que j'ai déjà **raconté ici**. Une intuition rapide et notre connaissance du marché nous dit que ce n'est pas un business bien facile, que la monétisation est très délicate ou que c'est déjà testé sans grand succès. Mais on se dit alors qu'il n'y a pas de mauvaise idée, et seulement de mauvaises exécutions. On se penche alors sur l'équipe pour en comprendre la composition. Cela permet de voir si un business design convenable et une bonne exécution pourront en sortir. On a très peu de temps pour évaluer cette équipe, avec un petit tour de table (formation d'origine, expérience, complémentarité, diversité). On

essaye aussi de voir si l'équipe a un leader qui s'est imposé... mais pas trop lourdement. Ce cheminement varie évidemment d'un mentor à l'autre, selon son parcours et sa spécialité.



On bosse alors avec l'équipe en discutant pendant parfois jusqu'à une heure ! On creuse l'idée, on évoque différentes pistes, on propose des schémas pour modéliser le cycle de vente, la monétisation, on essaye de se mettre à la place du consommateur ou du professionnel impliqué dans la chaîne de valeur, etc. Et on laisse les équipes gamberger. Le dimanche soir ont lieu les pitches et à l'instar des enseignants ravis de voir que leurs élèves ont retenu quelque chose de leurs cours, les mentors constatent que les équipes ont tenu compte de leur feedback, pas scolairement et en l'adaptant bien à leur projet.

Les gagnants de Sophia Antipolis étaient dans l'ordre : **MamyStory**, **Qwinti**, **Dynoo** et **JustMyTrends** (prix de l'innovation). Ceux de Nantes étaient à voter, **dealzm** et **cloudcut**. Ce qui les a fait gagner: la qualité de la présentation, dans certains cas, l'émotionnel, l'aspect pratique de leur solution et le potentiel de monétisation. Le profil des membres du jury était un peu différent des mentors. Il y avait des sponsors de l'événement et des entrepreneurs locaux. Les gagnants bénéficiaient de **prix en nature** de la part des sponsors.



Passons donc en revue les projets de ces deux startups weekends. Avec ma réaction à chaque fois. J'ai rarement le nom des membres des équipes et elles m'en excuseront. C'est une petite lacune d'organisation de ces Startups Weekends, qui ne publient pas après leur tenue la composition exacte des équipes que l'on a

rencontrées. Et même si on sait bien que l'idée n'est rien sans les détails, l'équipe et l'exécution, c'est tout de même un point de départ de l'évaluation d'un projet qui mérite le détour. Au passage, vous remarquerez évidemment que la plupart si ce n'est pas totalité des sites web de ces projets sont des coquilles vides avec saisie d'emails pour être prévenus de la suite des événements.

Culture

Il y avait deux projets dans ce domaine à Sophia Antipolis, mais pas d'équivalent à Nantes :

iLiraa.fr (Sophia), un site web de publication de livres en ligne, ciblant plutôt les petits auteurs qui n'arrivent pas à se faire publier dans les grandes maisons d'édition. L'équipe se positionnait d'emblée face à Amazon, 1TPE.com et Lulu.com qui proposent une expérience "froide" pour les auteurs. Leur ambition est d'accompagner les auteurs dans leur publication. Ma réaction : c'est un projet qui vise typiquement la "long tail" de la publication d'ebooks. Mais est-elle toujours à la mode ? On en est un peu revenu. Peut-on vivre "que" de la long tail, ou doit-on aussi vendre des blockbusters pour vivre confortablement avec la long tail ? L'exemple d'Amazon et de Netflix tend à montrer qu'il faut les deux pour réussir. L'approche de l'équipe était intéressante sur le produit (processus collaboratif de relecture des ouvrages, éditorialisation de l'offre d'un auteur, comment faire sa promotion, etc) tout comme le modèle économique (pourquoi pas un abonnement aux ebooks pour les lecteurs). Il lui manquait une différenciation marquante dans un marché qui est certes en croissance mais déjà fort encombré.

Qwinti (Sophia) était un projet de "partage culturel", où les amis partagent les avis sur films, spectacles et autres biens culturels. Cette solution de recommandation sociale rappelle les sites de recommandation généralistes tels que **Ulike.net** ou plus spécialisés comme **Shelfary** ou **Senscritique**, sans compter tout ce qui couvre le domaine de la musique et de la VOD et évidemment l'incontournable Facebook. La différenciation était : vous allez pouvoir accéder à votre mémoire culturelle et à vie ! Avec un inventaire de l'intégralité des œuvres que vous avez vues ou lues et avec une timeline de la consommation. Comme il n'y a pas de véritable "best practice" dans le secteur, on est assez réservé face à ce genre d'idée. L'intermédiation généraliste dans la culture n'a pas encore créé de grand succès.

Création musicale

Deux projets très voisins ont été lancés à Nantes puis Sophia Antipolis, pour l'édition de partition collaborative (à distance).

MusicHub.me (Nantes, *ci-dessous*) ciblait plutôt les créatifs professionnels. Leur démonstration était pas mal. Le code rapidement développé s'appuyait sur une bibliothèque open source d'affichage de partition. Le tout réalisé en Javascript et Ruby on Rails avec quatre développeurs. Mais la fonction collaborative n'était pas démontrée. L'équipe était très bonne, le projet rondement mené pendant le startup weekend et le pitch excellent. Mais le jury l'a retoquée car le marché n'est pas très solvable et est même plutôt sinistré. Dans les pistes d'évolutions : un lecteur de partition intelligent qui défile automatiquement les pages, et avec un iPad !



Instinct (Sophia) relevait d'une approche très similaire, mais ciblant plutôt les "prosumers", c'est-à-dire les amateurs créateur de musique, non professionnels, qui sont plus à même de faire des dépenses sans compter pour leur passion. Un peu une inversion de valeur, que l'on retrouve aussi parfois dans la photo où les amateurs investissent plus que les professionnels ! L'équipe n'avait pas grand-chose à montrer à l'issue du weekend. Elle n'a donc pas vraiment fait mouche. Mais une fusion de ces deux équipes n'est pas absurde pour faire avancer l'idée !

Bonnes affaires

La fièvre Groupon génère son lot de followers en tout genre, et partout dans le monde. Qui ne recherche pas de *bonnes affaires* ? Nous avons quatre projets dans cette catégorie sur ces deux SUW de Nantes et Sophia Antipolis :

GiveMeTheNight (Sophia) qui est une sorte de Groupon géolocalisé sur les soirées. Dans la monétisation, une marge de 40% sur les remises consenties par les boîtes de nuits et autres lieux de détente alors que Groupon prend 50%. Ils imaginaient aussi généraliser le paiement sans contact dans le futur. L'avantage de ce business étant qu'il génère un BFR (besoin de fond de roulement) négatif. Le pitch était très bien fait. Tel que présenté, ce business ne m'inspirait pas trop. Les "locales" à l'échelle "locale", ça ne marche pas car cela ne "scale" pas. Ce marché est trop orienté niche et les jeunes ont tendance à sortir plutôt aux mêmes endroits en province car le choix est plutôt limité. Une objection soulevée par le jury : quid des bars qui utilisent plutôt le liquide comme moyen de paiement ? Au passage, le nom de domaine était **déjà pris** !

Dynoo (Sophia) qui était second dans le choix du jury propose une solution de "bouche à oreille numérique". Il part du principe que les bons plans ne se diffusent pas par les canaux traditionnels "1 to many" mais plutôt par le bouche à oreille. C'est le cas pour l'emploi, pour la recherche de logement, de nounou, de voitures d'occasion, etc. Le système fonctionne avec l'offre et la demande. Le site reproduit donc le bouche à oreille en faisant circuler les offres rares d'amis en amis, par groupes de trois, comme dans une chaîne. Il est évidemment adapté aux cas où il y a pénurie d'offre ou de demande. Avec un concept de ce genre, je me demande toujours : est-ce qu'il peut fonctionner si tout le monde s'y met ? Quand le marché devient parfait, en rendant l'offre transparente pour la demande ou réciproquement et qu'il y a une pénurie dans un sens ou dans l'autre, des contournements se créent. Et on revient à la case départ. Si l'idée est intéressante, ce qui emportait l'audience et le jury était sans doute aussi le dynamisme du leader de ce projet (*au milieu ci-dessous*).



Dealzm (Nantes) est une application mobile qui permet de grouper et comparer, sur une seule interface, toutes les sources de bonnes affaires : ebay, groupons, le bon coin; et d'être prévenu sous forme d'alertes et sur mobiles, histoire d'être "le premier" sur les bons deals et d'aller encore plus vite que Groupon. L'Internaute présélectionne le type de bons plans qu'il recherche. L'agrégateur de bons plans fait le reste. Si cela fonctionne, on imagine que le site va récupérer son écot au passage. Cela fait un bel empilement de commissions tout ça avec deux intermédiaires entre le marchand et le consommateur ! Sans compter évidemment une concurrence déjà fournie. L'équipe patinait au début du week-end mais s'est remarquablement redressée en fin de parcours pour faire une excellente présentation. Et ils ont été seconds dans le choix du jury !

FrequentPoints (Nantes) est un service permettant de générer du trafic dans le commerce de détail et de fidéliser les clients. Cela commence par la création de promotion par ces commerçant qui sont envoyées sur toutes les plateformes type Groupon. C'est le processus inverse du précédent : au lieu d'agréger les offres pour le consommateur, le site propage celles des commerçants sur toutes les plateformes de deals. Le site gère aussi les cartes de fidélité numériques des commerçants membres, avec l'usage de QR Code sur mobile. L'offre est évidemment géolocalisée.

Restauration

C'est d'après les organisateurs un grand classique des Startup Weekends ! Il y a toujours un projet autour de la cuisine ou de la restauration.

Eat&Neat (Sophia) est un agrégateur de services de fast food de proximité (pizzas, kebab, sushi, etc) qui sert aussi de système de commande en ligne pour les restaurateurs, pour qui l'usage du site est gratuit, ce qui permet de les recruter sans trop de peine. Comme l'équipe comprenait un brésilien, elle prévoit un développement international en commençant par Sao Paolo qui serait la ville au monde où il y a le plus de commandes de pizzas. Le revenu ? Des frais de de 2€ par commande plus une petite commission de quelques %. L'équipe avait bien avancé pendant le weekend et c'était l'une des rares à pouvoir faire une démonstration d'un site à peu près opérationnel. Les écueils ? C'est un bien petit business qui n'est intéressant que s'il devient global. Un client non récurrent rapport entre 2€ et 3€ par commande, ce qui est très faible. Les commandes moyennes sont inférieures à 10€. Quel est le cout d'acquisition d'un client ? Probablement supérieur ! Donc, le système ne peut fonctionner que si les consommateurs sont fidélisés et que le site recrute des restaurants un peu plus haut de gamme qui font monter le niveau du panier moyen.

Locafood (Nantes) était un projet un peu hors compétition, présenté par un gars tout seul qui avait à la fois déjà

bien avancé dans le développement mais n'avait pas pu fédérer des participants autour de lui après son pitch du vendredi soir. Il s'agit d'une application mobile qui met en relation les producteurs locaux (fruits, viande, légumes, vins etc.) et les consommateurs via une mécanique communautaire. Sorte d'AMAP en ligne si l'on veut.

Démocratie

Je ne sais pas si c'est un "pattern", mais dans les deux villes où je suis passé, il y avait un projet relatif au fonctionnement de la démocratie.

à voter (Nantes) proposait aux partis politiques de réaliser des sondages en ligne sur les propositions contenues dans leur programme, le tout dans une application Facebook. J'aimais bien le concept car la démocratie est un sujet qui mérite l'attention, surtout si on peut élever le niveau du débat. Le grand classique s'est produit ou va se produire : si ce projet émerge, il aura une composante "entreprise". Car celles-ci sont plus solvables que les partis politiques. C'est l'application qui a gagné à Nantes. L'émotionnel l'a un peu emporté sur le rationnel ! Et l'équipe était très très sympa (*ci-dessous*).



Pleble (Sophia) proposait d'organiser des consultations locales en ligne pour sonder les citoyens qui ne peuvent pas se payer des sondages traditionnels. Ils imaginaient pouvoir se faire sponsoriser par des entreprises, un mélange des genres plutôt dangereux. Là encore, on peut dériver vers un modèle entreprise, mais les outils de vote ne manquent pas sur Internet, surtout si la question posée est simple (oui/non) !

Sommes toutes, ces projets amélioreraient véritablement le fonctionnement de la démocratie s'ils étaient associés à du contenu riche permettant d'évaluer et comparer les propositions des uns et des autres, le pour et le contre. Mais l'amélioration de la démocratie a-t-elle un bon modèle économique ? Pas évident ! Le seul modèle qui fonctionne vraiment est celui du service de lobbying, avec ses consultants associés...

Projets tournés vers l'étranger

L'altruisme français génère nombre de projets dans l'économie solidaire. Mais les projets tournés vers l'étranger de ces deux SUW ne relevaient pas à proprement parler de l'économie solidaire.

Docteur Expat (Sophia) propose un service de médecine à distance pour les expatriés. C'est un projet de télémedecine en France qui a évolué après qu'un mentor juriste ai déterminé qu'il n'était juridiquement pas faisable sur le marché français (MonMédecinEnligne). Ils se sont tournés alors vers les expats, en commençant

par ceux qui sont en Chine, un pays où l'accès local à la médecine n'est pas évident pour des raisons linguistiques. Avec 100 000 français en Chine, cela fait une bonne base de départ. Les slides étaient bien faits. Mais cela reste bien théorique.

Gate (Nantes) est un service d'intermédiation pour l'aide aux entrepreneurs de pays en voie de développement. C'est une plateforme web internationale qui met en relation trois acteurs différents mais complémentaires : les entreprises qui ont des besoins, les universités qui ont les technologies et les investisseurs qui recherchent des projets à soutenir. Le financement ? Des donations, un % sur les financements et un % sur les bénéfices des sociétés créées. Bon bon. L'idée est séduisante mais la mécanique semble assez complexe à monter car dépendant de trop de "moving parts". Ils commencent par un seul pays, le Sénégal. On est à la frontière entre ONG et startup !

Hub-Project Tunisie (Nantes) est un service d'intermédiation d'investissement en Tunisie qui tire parti de l'ouverture démocratique dans le pays (qui reste au demeurant à vérifier...). Pourquoi pas.

Jeux

Il y avait deux projets de jeux à Sophia : **La ville aux trésors** et **GameOrLive**. Ce n'est pas trop mon domaine. On peut certes évaluer le modèle et la capacité d'exécution. Mais dans le jeu, il est difficile de se faire une idée. Comme pour une œuvre artistique dont il est difficile de dire si elle rencontrera son public, surtout si on ne l'a pas véritablement lue/vue ou expérimentée. Même si la conception de jeux répond à des règles de plus en plus structurées et documentées.

Réseaux sociaux et divers

MamyStory (Sophia) est un site où les petits enfants vont saisir l'histoire de leurs grands-parents, ou bien les grands-parents le faire eux-mêmes. Le résultat sera publié sous la forme d'un petit livre imprimé. C'était le projet numéro 1 pour le jury du SUW de Sophia Antipolis. La raison ? Le pitch était excellent et l'équipe très soudée. Il faisait la part belle à l'émotionnel, le leader – Christophe Brun – racontant l'histoire de son grand-père mort avant qu'il ait pu lui faire raconter l'histoire de sa vie. Tout le monde adore. Le point intéressant est de monétiser le contenu par sa rematérialisation sous forme de livre. Et ils pourront enrichir le produit en permettant par exemple de commenter les photos de famille. On peut même imaginer une version pour tablette qui serait idéale. Les problèmes ? Il faut que les utilisateurs trouvent le temps disponible pour interviewer leurs aïeux. Cela concurrence les réseaux sociaux familiaux et c'est un outil que l'on utilise qu'une seule fois, sans viralité particulière. Donc, chaque vente a un cout fixe et ca ne scale pas très bien, même si les seniors ne manquent pas. A l'équipe de trouver une solution !



HighNimal (Sophia) est un réseau social de propriétaires d'animaux de race, servant essentiellement à générer des croisements. Un pitch pas bien réussi : l'intervenant lisait ses notes (le truc à ne pas faire !). De plus, il manquait de donnée de marché pour apprécier la taille de l'opportunité.



Cloudcut (Nantes) est une solution web permettant aux entreprises de mettre les internautes à contribution dans la création de leurs publicités vidéo. A la mode mais je doute qu'il y ait un véritable marché structuré pour cela. L'équipe était très sympathique, à l'écoute et persévérante.



JustMyTrends (Sophia) est un site de recommandation pour le fashion. On y crée son profil avec ses différentes tailles et pointures, ainsi que ses goûts (j’aime ou je n’aime pas tel accoutrement), et le site propose de quoi vous fringuer en allant scanner les bases de divers sites marchands. L’idée est intéressante et complète un grand nombre de réseaux sociaux dans le fashion qui ont une approche plus éditoriale. Le pitch était très bien réalisé avec un sketch émulant la notion de recommandation (plusieurs membres de l’équipe présentant un vêtement à l’utilisateur et celui-ci répondant par “j’aime” ou “je n’aime pas”. Un petit plus créatif et un marché porteur qui ont permis à l’équipe d’être sélectionnée quatrième par le jury, comme “prix de l’innovation”.

Please sponsor me (Sophia) est un intermédiaire pour le sponsoring d’événements. Le projet était bien présenté, mais le marché n’était pas bien dimensionné.

XtraTime (Nantes) est une solution qui permet de réduire le temps passé dans les files d’attente mais qui pour se monétiser devient une sorte d’intermédiaire de services divers. À comparer à **J’aime Attendre** qui fonctionne sur un modèle différent et recense les heures d’affluence.

e-Novis (Nantes) était une plateforme collaborative de startups qui réunit le crowdfunding, crowdsourcing et le concept d’e-incubation, très intéressant. L’écueil principal était que l’équipe n’avait pas de véritable expérience de l’entrepreneuriat. C’est un peu gênant pour créer ce genre de service !

Projet hors compétition de l’organisation : Tweetoweb

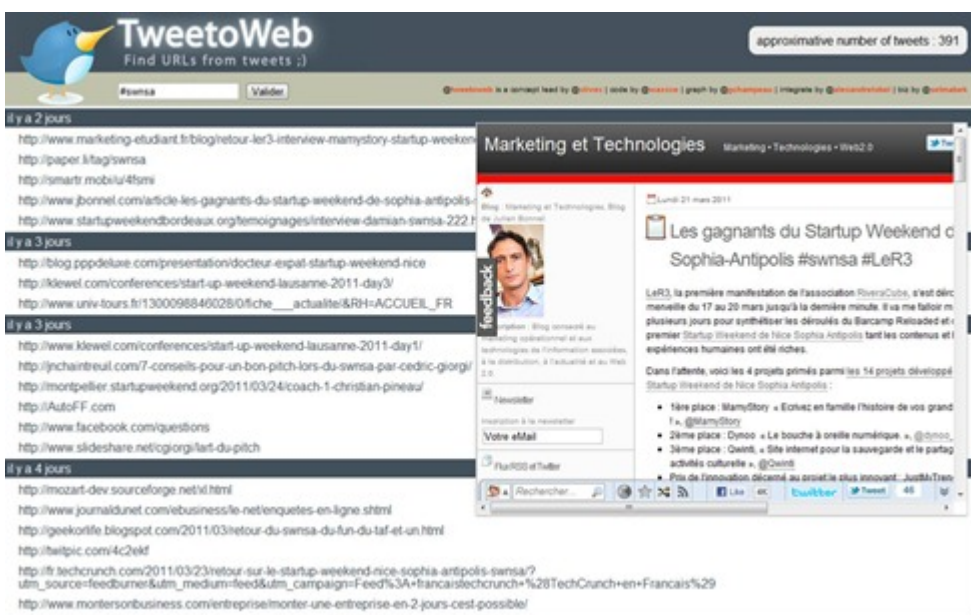
C’est au Startup Weekend de Nantes qu’est spontanément né le projet Tweetoweb. Point de départ : un besoin qui me taraude depuis quelques temps. Lorsque je couvre un événement ou une annonce, je fais habituellement une recherche sur Twitter (via Seesmic ou un autre client Twitter) en utilisant son hashtag pour voir ce qui s’est dit et écrit sur le sujet afin d’éviter de créer des doublons. Cela me renvoie un bruit énorme avec plein de liens divers sur des articles retwittés plusieurs fois. Je recherche ces liens en clair et dédoublonnés. Ce n’est pas bien compliqué et pourtant personne ne le propose dans la centaine et plus d’outils de consultation et d’analyse créés pour Twitter !

Là-dessus, **Quentin Adam**, de la société **Clever Cloud**, et aussi contributeur à l’organisation du Startup Weekend, se propose de développer l’outil. Il me dit qu’en une heure ce sera fait. Et il tient parole : avant minuit le samedi soir, le code tourne, la page est fonctionnelle sur son “staging server” ! Bravo ! Ça c’est du RAD ! Et avec 66 lignes de JavaScript car le code est essentiellement “client side”.



Le lendemain, il propose de créer un projet et d'assembler une équipe pour le pitcher hors compétition après les projets participants. Banco ! L'équipe rassemble d'autres mentors ou membres du jury : **Guillaume Champeau** (Numerama), **Alexandre Lobel** (de la société Paris Labs) et **Selma Bekkaoui** (TechCrunch France). Le premier nous crée un logo, le second développe le CSS du site et la dernière réfléchit à l'évolution du projet. Je crée le nom du site qui n'est pas déjà utilisé. Quentin dépose le nom de domaine, crée un compte twitter (@tweetoweb), les emails dans le domaine Tweetoweb du club des cinq fondateurs, et hop, nous sommes prêts pour la présentation avec une démo live (voir la vidéo de Simon Robic) et des slides, pitchés en anglais.

A ce stade, La logique du projet est communautaire. L'équipe a déjà une roadmap pour le faire évoluer car il révèle pas mal de besoins insatisfaits dans l'usage courant de Twitter. Il s'inscrit aussi dans une vision de ce que l'on pourrait faire pour utiliser plus intelligemment les données provenant de Twitter, et pourquoi pas un "Social RSS Reader" (vous savez peut-être que j'ai pas mal creusé la **question des lecteurs RSS**) ? Moyen d'intégrer la curation de Twitter dans son lecteur RSS ! Autre piste : la fonction pourrait être reprise dans Seismic, mais plutôt dans sa version payante, selon Loic Lemeur, et pas avant plusieurs mois. En tout cas, le site est opérationnel depuis ce Startup Weekend de Nantes. Et c'est ma première startup, yeah !



Voilà, j'en ai terminé avec ces deux Startup Weekends. J'espère que cela vous a donné envie d'y participer autant comme compétiteur que comme mentor ! Il y en a plein qui se préparent dans les semaines à venir

comme cité dans mon précédent article sur “**La force pédagogique des Startup Weekends**”. Et mes photos de ces weekends sont toujours dans les galeries de ce blog pour **Nantes** et pour **Sophia Antipolis**.

Prochaine étape pour ce qui me concerne : analyser les 94 dossiers de la **Startup Academy** ! La génération de nouvelles startups ne s’arrête jamais, heureusement !

Cet article a été publié le 27 mars 2011 et édité en PDF le 25 décembre 2021.

(cc) Olivier Ezratty – “Opinions Libres” – <https://www.oezratty.net>