



# Opinions Libres

le blog d'Olivier Ezratty

## L'internationalisation des startups à Lille

Le 9 septembre 2014, j'ai fait une visite d'une journée à **EuraTech Lille** et à **Plaine Images**, deux lieux emblématiques d'un effort régional de développement de l'écosystème d'innovation numérique. J'ai rencontré des responsables de ces deux lieux ainsi que quelques startups que j'avais sélectionnées en fonction de mes centres d'intérêt.

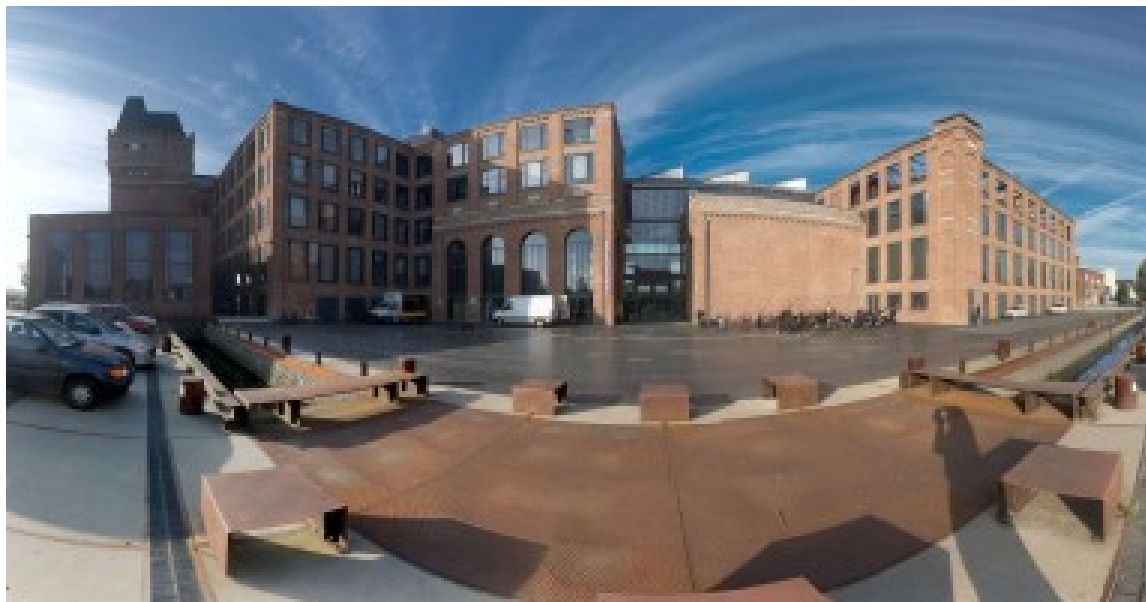


Dans ce compte-rendu de visite, je vais m'étendre surtout sur quelques "best-practices" de développement de l'activité internationale aussi bien des structures d'accueil que des startups rencontrées. Cela fera écho à mon précédent article "**Le numérique peut-il sauver la France ?**" où j'insiste lourdement sur l'importance d'une mobilisation des énergies "numériques" pour améliorer la balance commerciale du pays.

### EuraTechnologies

EuraTechnologies est l'un des pôles d'innovation les plus développés et connus en France dans le domaine du numérique. Il a été ouvert en 2009 suite à une initiative des collectivités locales, notamment sous l'impulsion de Pierre de Saintignon, actuellement premier Vice-Président (PS) de la Région Nord-Pas de Calais.

Ce pôle est conçu comme un emboîtement de poupées russes : un incubateur, un accélérateur, un hôtel d'entreprise et une friche industrielle réhabilitée pour accueillir de grandes entreprises telles qu'IBM, Tata ou Cap Gemini. L'ensemble est réparti dans plusieurs bâtiments : le bâtiment central Le Blan-Lafont qui héberge les startups et d'autres entreprises et des bâtiments alentours pour les entreprises établies. Ce bâtiment est une ancienne usine textile qui avait fermé en 1989. Il y a aussi des immeubles d'habitation pour compléter l'ensemble, ce qui en fait un quartier "numérique" très intégré.



Le bâtiment principal d'EuraTechnologies Lille est une usine textile fermée en 1989 et réhabilitée.

Le projet a été cofinancé par la région, la communauté urbaine et la ville de Lille. Il est structuré sous forme de “Société Publique Locale” avec un financement initial de 40m€ pour l’immobilier et un budget de fonctionnement de 10m€ par an. Dans ce budget, 50% proviennent de la location et des activités de services du pôle et le reste des deniers publics. Euratech est géré par 25 permanents, ce qui couvre la gestion opérationnelle des bâtiments et des services, le système informatique, le développement économique, le suivi d’un méta-projet européen et le support RH et juridique. Ce taux de 1 pour 100 employés est très bon dans le secteur. Des services mutualisés sont aussi proposés aux entreprises dont un beau studio photo/TV avec deux cyclos verts permettant toutes sortes de prises de vues, une salle blanche pour les serveurs, un atrium de 1600m<sup>2</sup>, des salles de réunions, un espace “VIP” pour accueillir des clients au dernier étage et un auditorium de 285 places.

La zone d’Euratech est assez imposante avec 40 000 m<sup>2</sup> étalés sur trois bâtiments accueillant 2300 personnes, sur une zone de 150 000 m<sup>2</sup> au total. Il y a aujourd’hui 140 entreprises au total sur le site. 20 startups ont levé 12m€ en un an. L’objectif à l’horizon 2018 est d’accueillir 200 startups, 500 entreprises et de générer 5000 emplois.

C’est un ensemble immobilier qui représente l’équivalent de 2 à 3 “Freysinet” (l’**incubateur géant** lancé et financé par Xavier Niel, qui ouvrira ses portes en 2017, en tenant compte de la zone alentours gérée par la Ville de Paris). L’objectif est de créer une sorte d’usine à innovation, le bâtiment central accueillant les startups et au gré de leur croissance, de les faire migrer dans les bâtiments alentours quand elles deviennent des PME.

Côté enseignement supérieur, Euratech est situé comme les grandes villes françaises dans un bassin universitaire et d’écoles assez dense avec 150 000 étudiants et notamment Télécom Lille 1, Centrale Lille, les Mines de Douai, l’ISEN, l’EPITECH, l’EDHEC, et aussi l’Ecole de design Valenciennes ainsi que le centre de recherche INRIA Lille Nord Europe.

Euratech se distingue aussi par une belle ouverture sur l’extérieur. Elle prend plusieurs formes :

- Un partenariat avec l’Université de Stanford, permettant chaque année depuis 2010 à une trentaine d’entrepreneurs de confronter leur innovation à des professeurs de l’université de Stanford et des entrepreneurs de la Silicon Valley.
- L’accueil d’une vingtaine de délégations étrangères (Chine, Liban, Irlande, UKTI qui est le Bpifrance)

anglais) pour l'échange de bonnes pratiques.

- L'organisation de nombreux événements dont des conférences d'intervenants étrangers comme Banny Banerjee, responsable de la Design School de Stanford et Ash Maurya, l'auteur de "Running Lean".
- Un espace de travail situé à Paris (Richelieu Drouot) de 300 m2 avec pour l'instant trois startups hébergées et une salle de réunion. Cela permet aux startups d'Euratech d'avoir une présence commerciale près des sièges des grandes entreprises de la capitale.
- Des partenariats avec les accélérateurs **SparkLabs** et **RocketSpace** aux USA. La startup Stereograph s'est installée dans la Silicon Valley via ces partenariats.
- Ils ont créé, en partenariat avec le cabinet Mazars, le premier accélérateur franco-chinois à Shanghai. Un concours national a été lancé avec Huawei France pour identifier des pépites, les vainqueurs se partageant une dotation de près de 400K€ (en partie en nature) et bénéficiant d'une visibilité au siège de Huawei en Chine (Shenzhen).
- Euratech est aussi présent dans les émirats à Dubaï, au Brésil (à Belo Horizonte) et à Barcelone. Restent à le faire aussi à New York, Berlin et Londres. On peut cependant regretter que de nombreuses autres régions aient aussi lancé ce genre d'initiative et qu'il y ait un peu de déperdition en ligne dans les pays concernés. Un regroupement de certains efforts régionaux serait utile pour créer des économies d'échelle. L'équipe d'Euratech discute beaucoup avec celle d'Atlantic 2.0 qui est un pivot de l'innovation à Nantes, et avec d'autres pôles régionaux, mais la mutualisation n'est pas encore à l'ordre du jour.

Passons maintenant en revue les startups rencontrées et leurs différentes stratégies d'internationalisation : Axellience, Giroptic, Stereograph et Mazeberry.

### **Axellience : la startup logicielle issue de la recherche**

Axellience est l'éditeur du logiciel de modélisation de logiciel en UML **GenMyModel** fourni en mode SaaS. La société qui regroupe huit personnes a été créée par un ancien de l'INRIA, Alexis Muller, Thomas Legrand, diplômé de Polytech'Lille et Stéphane Deveaux, responsable marketing et commercial.

La société est dans la série d'une longue lignée de trois décennies de startups du domaine du "génie logiciel", souvent issues de l'INRIA. Les trois associés se sont installés à Euratech pour développer et faire évoluer le produit issu de travaux de recherche post-doc de Alexis Muller. Le produit se positionne entre des outils chers et lourds et des outils de modélisation graphique UML plus légers mais moins puissants. Il est utilisable par tous types de développements : pour les applications d'entreprises, l'informatique embarquée et même les jeux vidéo.

Le logiciel en version beta est en ligne depuis un an et a attiré 70 000 utilisateurs enregistrés, au rythme de 200 par jour et dont environ 10% sont engagés. Le lancement de la version payante est prévu en octobre 2014. Il génère pour l'instant du code Java et devra ensuite s'adapter à la génération de C++, C#, Javascript et PHP. Ils ont jusqu'à présent réalisé un peu de revenu avec des projets prototypes et un mix produit/service.

Ils ont aussi été lauréats de Concours National du Ministère de la Recherche en émergence puis développement, puis du concours Tremplin Entreprises. Avec d'autres leviers, cela leur a permis de lever 400 K€, suivis de 500K€ issus de fonds régionaux : Nord Création, Finnovam et Nord France Amorçage (géré par Siparex). Ils ont aussi été coachés par un entrepreneur, Hervé Cuvilier, le créateur de Diwanee, revendu à Webedia.

La diffusion d'un outil réalisé d'emblée en anglais a permis d'attirer une audience de développeurs issus du monde entier : un tiers d'Amérique du nord et du Brésil, un tiers d'Asie (surtout Chine et Inde) et le reste en Europe.

Les enjeux maintenant ? Maitriser le cycle de vente, le mesurer et le modéliser pour pouvoir refinancer la société et lancer sa croissance, notamment en s'implantant aux USA. Pour ce faire, ils ont mené une mission en Californie pour rencontrer leurs premiers utilisateurs et évaluer notamment l'intérêt d'une version "on premise" de leur logiciel (tournant sur les serveurs du client plutôt que dans le cloud). Ils se sont sinon inspirés de Github pour définir la tarification de leur logiciel avec un modèle de souscription indexé sur le nombre de projets.

Ce genre de société peut "scaler" via Internet mais cela ne l'exonèrera pas d'une présence terrain dans les grands pays comme les USA. Ils y ont déjà pris leur marque ce qui est une bonne chose. Il leur reste à aller jusqu'au bout de cette démarche. Comme beaucoup de sociétés de ce secteur, la croissance viendra ensuite de l'élargissement du portefeuille produit pour couvrir plus de phases des développements logiciels (tests, ...). Très souvent, cela mène aussi à une acquisition par de grands acteurs du secteur.

### **Giroptic : la startup "hardware" qui prend son indépendance en btoc et via le crowdfunding**

On passe maintenant à un domaine très différent avec Giroptic, une startup spécialisée dans la captation de vidéos à 360°.

La société a été créée par Richard Ollier, un ingénieur devenu "interactive planner" et notamment ayant passé plusieurs années dans l'agence Tequila à Tokyo jusqu'en 2008. La société a démarré en créant différents systèmes de captation de photo puis de vidéo en 360° dotés de plusieurs caméras. Elle regroupe aujourd'hui une douzaine de personnes, tous ingénieurs.

Ils ont notamment créé la caméra de la marque Geonaute du groupe Décathlon, que j'avais pu voir deux fois au CES de Las Vegas 2013 et 2014). Mais le rôle de sous-traitant est difficile à tenir dans la durée : on ne maîtrise pas le produit ni sa commercialisation. Comme Geonaute ciblait surtout le marché français, le potentiel n'était pas énorme.

La société a décidé de lancer sa propre caméra 360° en jouant le tout pour le tout via une campagne Kickstarter. Les résultats ont dépassé toutes les prévisions avec \$1,4m de levés à ce jour par ce biais, devenant le premier des trois meilleurs projets français passés par Kickstarter (avec le device de stockage multi-écrans Lima qui a levé \$1,3m et le drone Hexo+ de Squadrone qui en a levé aussi \$1,3m).



La caméra 360° de Gyroptic qui a réussi à lever \$1,4m sur Kickstarter. Elle est dotée de trois capteurs fonctionnant chacun à 180° et d'une électronique embarquée assemblant ses trois images vidéo en temps réel.

Cette levée **Kickstarter** est le résultat d'une campagne soigneusement orchestrée qui pourrait en inspirer bien d'autres :

- Au départ, un **produit dans l'air du temps** et la vague des GoPro : miniaturisé à l'extrême, capable de stitcher (rassembler) en temps réel les images des trois caméras panoramiques en une seule via un composant dédié (FPGA) et une API pour le pilotage à distance.
- La **validation du projet** en passant du temps dans la Silicon Valley, notamment dans le cadre d'une mission d'étude à Stanford, comme Axellience. Ils vont maintenant tous les mois à Palo Alto ! Ils y ont rencontré (facilement) Google, Facebook et plein d'autres acteurs, et se sont fait challenger.
- La création d'une **équipe marketing américaine** avec des prestataires indépendants pour la création du "story telling", les relations publiques et les réseaux sociaux. Et puis un investissement sur les outils marketing et en particulier la création de belles vidéos de démonstration.
- Une campagne KickStarter avec un **timing bien huilé** basé sur l'observation d'autres campagnes. Et notamment le fait de lancer la campagne une heure avant l'heure annoncée pour y faire participer un premier fan clubs et créer de la "traction" observable par ceux qui arrivaient à l'heure. Ils ont aussi fait en sorte de pouvoir communiquer régulièrement sur les étapes de la campagne. En se fixant au départ un objectif raisonnable de \$150K. Ils ont communiqué lors de son dépassement puis du passage au premier \$1m. Ils ont aussi mobilisé une communauté de 10 000 contacts. Du côté de l'offre, le prix proposé était de \$249 pour un produit dont le prix public annoncé est de \$500.

Le résultat : près de 4000 précommandes, avec qui plus est 85% de clients KickStarter qui n'y étaient pas encore, ce qui est un bon signe de besoin du marché. Et 50% des précommandes provenant du Japon. Le 4 juillet 2014, ils annonçaient ainsi leur "Financial Independence Day" après 45 jours de campagne (le même jour que mon **Photographer Independence Day**).

Prochaines étapes : terminer la fabrication des premières unités du produit, le présenter à Photokina (Cologne) mi-septembre et participer ensuite au CES 2015.

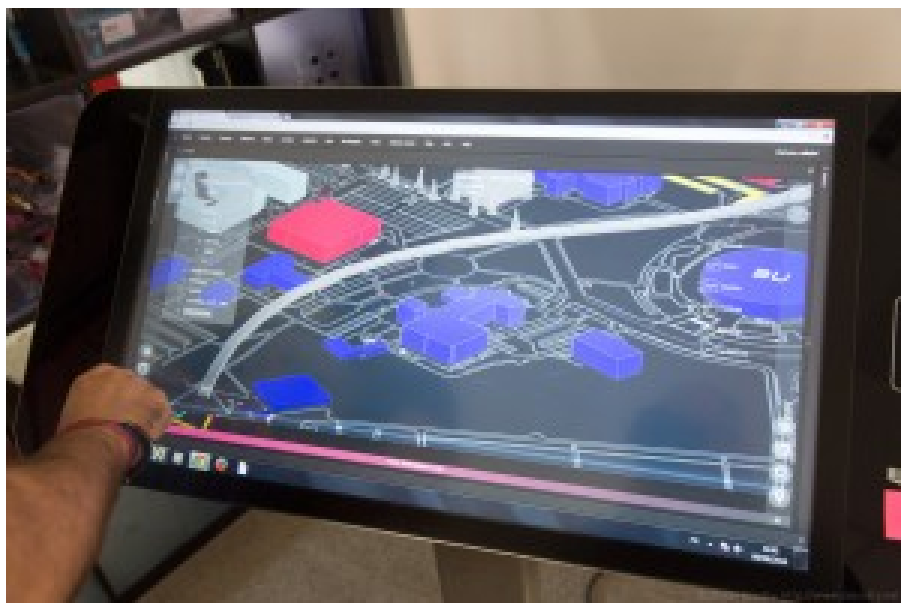
## Stereograph : l'internationalisation d'un couple service + produit

Stereograph est une société spécialisée dans la visualisation en 3D. Créée en 2006, elle a aujourd'hui une vingtaine de collaborateurs. En 2007, c'était l'un des premiers à s'installer à Euratech. Les fondateurs sont des infographistes 3D de métier, passés par PoleIID et Supinfocom.

La société a démarré comme prestataire de services, surtout dans le BTP, pour présenter des projets qui n'existent pas encore en rendu photoréaliste 3D. Le tout s'appuie sur Stereograph Studio, leur assemblage d'outils de modélisation et de rendu 3D de scènes. Ils ont ensuite complété cette offre avec deux briques logicielles qui relèvent plus d'une approche produit :

- **Observ3D**, un outil de visualisation interactif fonctionnant notamment sur tablettes et utilisant leur accéléromètre ou même avec des Oculus Rift. Il permet de créer des visites virtuelles en intérieur comme extérieur de bâtiments.
- **Theia**, un outil de supervision 3D de bâtiments permettant de visualiser en 3D l'ensemble des composants (notamment les circuits de fluides) et les pannes et incidents éventuels. Un peu comme dans nombre de films et séries de science- ou politique-fiction. L'outil permet de piloter en 3D aussi bien un bâtiment qu'une ville tout entière. C'est du Simcity de la vie réelle. Le logiciel exploite un format standard de l'industrie, le BIM (Building Information Modelling) qui décrit les composantes des bâtiments. Déploiement classique : la supervision d'un centre commercial.

Stereograph a "productisé" son offre mais son déploiement demande toutefois de réaliser des prestations de service pour les clients. Ils la commercialisent sous la forme de packages produit et services, et les produits sont vendus avec des licences. Leur différenciation provient de la maîtrise de toute la chaîne de valeur de la création des vues 3D à leur exploitation métier. Et ils supportent toutes les plateformes fixes et mobiles du marché.



Theia permet de visualiser une infrastructure jusqu'à une ville entière et l'ensemble de ses composantes. Avec des indicateurs temps réel permettant d'identifier divers incidents.

La société a bénéficié des initiatives internationales d'Euratech, notamment aux USA et s'est rapidement internationalisée. Ils ont passé par Stanford comme les deux autres startups déjà vues. Ils réalisent maintenant la moitié de leur chiffre d'affaires aux USA, notamment à San Francisco où ils ont un pied à terre dans le

campus de RocketSpace, comme a pu le faire le spécialiste du jeu Adictiz. Ils y ont un collaborateur à temps plein et un VIE pour la vente. A ce jour, ils ont à leur actif de nombreux projets architecturaux dont un projet pour Google, un autre pour Safeway, des logements. Ils sont aussi présents au Royaume-Uni et travaillent sur un projet à Shanghai concernant le plus grand centre commercial de Chine. Enfin, une société de conseil est en train de les aider à s'implanter au Brésil.

On voit ici l'intérêt d'être soutenu par une structure (Euratech) qui leur a mis le pied à l'étrier pour s'implanter à l'étranger.

### **Mazeberry : une approche centrée sur le marché européen**

Mazeberry est une startup proposant des outils d'analytics permettant de mesurer l'efficacité de ses actions online et en particulier pour les sites de vente en ligne. C'est une sorte de meta-analytics qui récupère toutes les données possibles : SEO/SEM, réseaux sociaux, ventes, coûts par actions, etc pour comprendre le parcours consommateur et analyser l'efficacité du cycle de vente complet. C'est par excellence l'outil d'aide à la décision globale d'un plan marketing.

L'outil est commercialisé depuis trois ans. Il cible en priorité les sites de e-commerce faisant au moins 1000 transactions par mois. Cela génère pour Mazeberrey des "paniers" de 500 à 1500 € de revenu par mois. Parmi leurs clients, on compte Chronodrive, Motoblouz, Allobébé, Enviedefraises, Catimini, Logic Immo, Digitalstore et Reed Expo (qui mesure ses campagnes de génération d'inscriptions aux salons qu'il organise).

Ils ont à ce stade peu de concurrents américains "pure players", la plupart ayant été rachetés par les gros acteurs de la place (Google & cie). Ils sont cependant partenaires avec de nombreux fournisseurs de données d'analytics et notamment avec Google.

La société prévoit d'être à l'équilibre fin 2014. Faisant cinq personnes, elle a fait une levée modeste de 200K€. L'équipe est bien équilibrée avec deux développeurs, un marketeur et un commercial, en plus du CEO, Thibault Lemay qui joue aussi le rôle de CTO.

A ce jour, le développement international est juste naissant avec 5% des revenus à l'étranger, essentiellement en Belgique qui est tout à côté. Mais la solution est développée en français et en anglais.

Leur modèle de commercialisation s'appuie sur la visibilité en ligne et sur un réseau de partenaires services qui sont quatre à ce jour. La solution est déployée en mode projet avec un mix de revenu de 50/50 entre service et produit, la partie service revenant surtout aux partenaires.

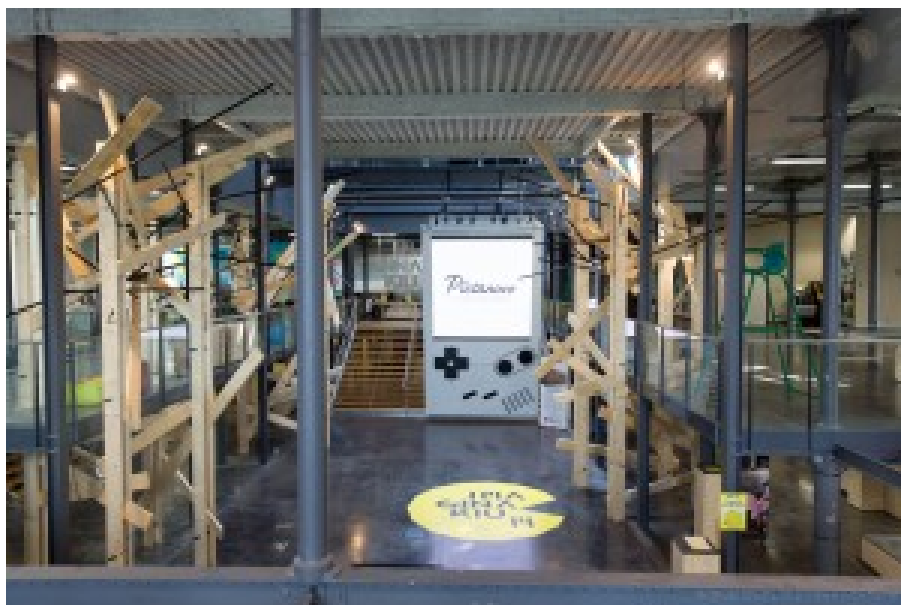
Leur ambition ? Aborder plutôt le marché européen de manière progressive, pour limiter les couts de développement du réseau de partenaires.

### **Plaine Images**

Dans l'après-midi, je suis passé à Plaine Images, située à cheval sur Tourcoing et Roubaix, juste au nord de Lille, à la frontière belge. Plaine Images est une sorte d' "EuraTech de l'image" : il en reprend la structure avec un bâtiment central, l'Imaginarium, qui sert de showroom pour les startups et d'espace de rencontres et de coworking gratuit, un autre qui accueille les startups et PME, et juste à côté le siège d'Ankama, une société de 450 personnes spécialisée dans la création de contenus transmedia et de l'animation 3D. Ils ne faisaient que 10 personnes il y a 10 ans ! Ils viennent d'ailleurs de signer avec Netflix pour la diffusion de leur série Wakfu dans le monde entier.

Le site est aussi une friche industrielle du textile réhabilitée, ce depuis trois ans. Il accueille environ 80 sociétés, dont 17 qui sont dans un accélérateur. Une majorité d'entre elles sont plutôt des prestataires dans les univers de

la communication digitale. Plaine Images est plutôt un hôtel d'entreprise pour ces sociétés. Il en va ainsi de l'univers des contenus : il est plus positionné dans les services que dans des offres produits "scalables".



L'Imaginarium de Plaine Images comprend notamment un espace de rencontres, de coworking et aussi d'exposition.

Plaine Images est entourée de divers établissements d'enseignement dans le domaine des contenus : l'Ecole Le Fresnoy, Pictanovo (anciennement Crrav+Pôle Images) et PôleIID. Ils ont aussi un plateau de recherche en joint venture avec le CNRS et Lille 1 & 3.

Comme à EuraTech, on trouve sur place des services mutualisés avec l'Imaginarium qui est ouvert au public, des salles de conférences et aussi un studio de 500 m2 qui peut servir à toutes sortes de tournages. Financé par les mêmes actionnaires de collectivités locales que EuraTech, Plaine Images est géré par 13 permanents. Ils produisent, entre autres, des contenus de partage des retours d'expérience comme un **livret sur le crowdfunding** co-écrit par Nicolas Dehorter et la Plaine Images et deux autres sur le financement, dont un sur les financements de projets européens. Ils animent le lieu pour favoriser les rencontres, notamment pour créer "de la dynamique économique et de l'emploi".

La typologie des sociétés rend leur internationalisation plus difficile. Plaine Image s'appuie beaucoup sur les initiatives internationales d'EuraTech ainsi que sur CCI International.

J'y ai rencontré trois sociétés qui ont un beau potentiel de développement international : A-VOLUTE, Novastream et Click and Walk.

### **A-Volute**

A-Volute est une spécialiste de la restitution du son 3D. La société a été créée en 2004 et a démarré en créant un casque multi-haut parleurs permettant de restituer un son spatial multicanal. Ils ont à l'origine travaillé sur nombre de projets militaires comme dans des applications destinées à indiquer par le son d'où provient un danger. Ils ont sinon développé une solution de son directif basé sur l'émission d'ultra-sons. Leur technologie de son directif est exploitable notamment dans l'univers de la distribution. Elle a la particularité de fonctionner en extérieur grâce à un choix spécifique de composants.

Enfin, ils ont développé "Sonic Radar", un outil de visualisation de la direction d'où proviennent les sons sous la forme d'un overlay vidéo adaptable notamment aux jeux vidéos.





L'outil graphique de visualisation de l'origine des sons augmente les capacités des joueurs à détecter les menaces. La technologie est embarquée dans certaines cartes mères Asus.

Cette société s'est largement orientée à l'export et ses grands clients sont en Asie. En particulier **Asus** (Taïwan) et **Razer** (Singapour et USA). Pour Razer, ils ont développé le logiciel de pilotage de leur casque 7.1 en 2009. Comment recréé-t-on un environnement sonore multicanal avec juste deux haut-parleurs de casque ? En utilisant les fonctions de transfert **HRTF** qui permettent de tenir compte des transformations effectuées sur les signaux sonores par le corps humain et les oreilles. Chez Asus, le partenariat relève de l'intégration de leur logiciel de traitement du son dans le driver du chipset son Realtek qu'elle embarque dans ses cartes mères "Republic of gamers" destinées comme leur nom l'indique aux PC de joueurs.

Cette société est dans la lignée d'autres acteurs français plutôt méconnus qui fournissent des technologies de pointe à des sociétés asiatiques. On peut aussi citer le cas du nantais Vision Objects qui fournit le logiciel de reconnaissance d'écriture à Samsung, utilisé dans leurs smartphones et tablettes utilisant un stylet. Dans le domaine du traitement du son, on peut aussi citer le cas du parisien Arkamys, qui est très présent dans le secteur automobile.

### **Novastream**

Seconde société rencontrée à La Plaine Images, Novastream, créée par Farès Khrouf et Blaise Kremer, deux anciens de Décathlon. Ce spécialiste du streaming vidéo propose une solution intégrée de création de chaînes vidéo en marque blanche pour les entreprises de toute taille. Elle s'adapte à tous les formats d'écrans grâce à un développement en "responsive design".

La société a sept ans d'existence et autant de collaborateurs. Elle propose une offre de service qui relève de l'intégration et du clé en main. Le tout s'appuyant évidemment sur des services en cloud. Ils peuvent récupérer les contenus déjà publiés sur YouTube et DailyMotion (ce qui est juridiquement possible s'ils conservent leurs players vidéo respectifs). Ils sont référencés chez Brightcove au niveau de leur siège européen à Londres, ce qui leur permet de faire du co-marketing.

L'offre est packagée sous l'appellation **Streeamezy**, lancée mi 2014. Elle est commercialisée pour 490€HT par mois avec l'ensemble des fonctions que l'on peut en attendre : live et différé, monétisation des contenus, analytics.

Leurs clients sont dans la presse (Les Echos), la distribution (groupe Mulliez), ainsi que dans le tourisme

(Rhône Alpes Tourisme, avec une solution répliquée dans les stations de ski).

A ce jour, la société fait 90% de son chiffre d'affaires en France. Brightcove les fait intervenir sur quelques clients internationaux. Pour se développer encore plus à l'international, il faudrait probablement que la solution soit encore plus "self service" qu'elle ne l'est déjà aujourd'hui, ou bien trouver des effets de levier avec des prescripteurs ou prestataires de services tiers.

### **Clic & Walk**

Clic & Walk permet aux marques de vérifier leur positionnement dans les points de vente et de manière collaborative.

La société a été créée par Frédérique Grigolato, qui a démarré sa vie professionnelle dans la distribution, d'abord pendant huit ans chez Auchan et en magasin (chef de rayon en produits blanc-brun-gris), puis en centrale d'achats internationale pour la conception de produits en MDD (Marque De Distributeur) avec une R&D interne, puis un passage comme manageuse d'acheteurs chez Castorama. Cela l'a amené à identifier un problème pour les enseignes et les marques : comment vérifier qu'un produit est bien positionné et vendu.

La solution Clic & Walk s'appuie sur une communauté d'acheteurs – les *clicwalkers* – disposant d'une application mobile qui va servir à faire de la pige du placement des produits dans les magasins en s'appuyant sur la photo et la vidéo. Les consommateurs sont rémunérés de 50c à 8€ par mission. Mais ils sont aussi motivés par le côté ludique de l'application. Ils peuvent, par ailleurs, reverser leurs gains à des ONG telles que les Restos du Cœur. La société a 180 000 consommateurs en Europe dont 130 000 en France. Son existence est dans la continuité logique de l'expertise de la région dans la distribution de détail ! Elle se situe aussi dans une mouvance initialisée il y a bien dix ans par le web 2.0 : la migration de valeur de certaines activités vers le travail plus ou moins gratuit réalisé par les clients. En effet, cette solution remplace en partie l'activité des visiteurs d'organismes d'études qui parcourent les rayons de la grande distribution pour vérifier le placement des produits. C'est une forme d'UGC un peu particulière que l'on pourrait classer dans l'économie collaborative même si le système est asymétrique (ce ne sont pas les consommateurs qui s'entre-aident ou partagent des ressources).

Clic & Walk emploie déjà 18 personnes. Frédérique a de l'ambition et aimerait bien se développer encore plus à l'international. C'est pour cela qu'elle participait à la conférence de la French Tech à New York fin juin 2014. Comme pour Novastream, l'enjeu est d'automatiser au maximum le processus de gestion des clients et de créer des synergies liées à l'effet de masse.

### **Les facteurs de l'internationalisation**

Tous les entrepreneurs que j'ai pu rencontrer sur place étaient déjà très présents à l'international ou souhaitent développer cette présence. Les critères discriminants semblent être le dosage service/produit dans l'offre mais aussi le degré de différenciation technologique. Cela donne des repères du genre de sociétés qu'il faudrait aider en priorité dans les différentes structures publiques d'accompagnement de l'innovation.

En tout cas, ces startups ont largement bénéficié de l'effet d'entraînement et d'accompagnement de EuraTechnologies et de Plaine Images qui leur ont créé plein d'occasions de créer des contacts internationaux, en particulier avec les USA et la Chine. C'est une belle démonstration que l'intervention publique peut fonctionner quand elle est proche du terrain et bien calibrée autour des objectifs business des entreprises accompagnées.

Cet article a été publié le 14 septembre 2014 et édité en PDF le 23 décembre 2021.  
(cc) Olivier Ezratty – “Opinions Libres” – <https://www.oezratty.net>