

nouvelle économie...



>> Interviews

propos recueillis par **Yannick Urrien**

Gros plan sur le premier portail collaboratif de développement, d'accompagnement et de financement dédié aux entrepreneurs.



Céline Viala, fondatrice de DreamTakeoff :

« Nous sommes une entreprise sociale et solidaire qui vise à promouvoir et à démocratiser l'innovation et l'entrepreneuriat. »

C'est une Française, Céline Viala, qui est à l'origine du premier portail collaboratif de développement, d'accompagnement et de financement dédié aux entrepreneurs. DreamTakeoff est une solution démocratique, participative et modulaire qui vise à aider l'entrepreneur à créer et à développer son entreprise. C'est le premier e-incubateur® de projets entrepreneuriaux et le premier e-accelérateur® de performance des TPE/PME avec des solutions participatives. Il s'agit d'un concept innovant et unique au niveau mondial issu du domaine de l'ESS (Économie Sociale et Solidaire). L'idée de base est que dès lors que l'idée d'un porteur de projet est reconnue par la communauté (DreamInnov), celui-ci puisse obtenir des ressources (DreamFunding) pour financer des experts (DreamExperts) et développer son projet, ceci où qu'il se situe, quels que soient ses disponibilités, ses moyens et son réseau. Cette approche est unique au monde, comme nous l'explique Céline Viala, fondatrice de DreamTakeoff.

L'Hebdo-Bourseplus :

Êtes-vous partie du postulat qu'il est de plus en plus complexe de créer une entreprise, car on est sollicité de toutes parts mais on ne sait jamais à qui s'adresser, comme dans un labyrinthe et, face à tous ces rails, DreamTakeoff se positionne comme une sorte de gare de triage ?

Céline Viala :

Il y a beaucoup d'acteurs autour de l'entrepreneuriat, des acteurs publics et des acteurs privés, et la problématique des experts, même dans les acteurs publics, c'est qu'ils n'ont qu'un petit nombre d'experts avec lesquels ils travaillent, avec des tarifs fixes, et il n'y a pas forcément d'adéquation entre le budget du porteur et le montant de la prestation de l'expert. Il faut plutôt laisser la libre décision au porteur, notamment à travers les solutions de crowdsourcing, de choisir lui-même l'expert qui lui convient et pas un expert poussé par l'incubateur privé ou physique, ou des CCI qui ont leurs experts qui les poussent... Pour l'instant, le projet est encore récent, nous faisons des partenariats avec des régions qui vont souder leur écosystème entrepreneurial sur la plateforme pour utiliser nos outils, mais nous aimerions plutôt être un hub qui va ensuite reventiler vers les pôles de compétitivité, selon le secteur de l'entreprise, ou au niveau d'autres acteurs. Par exemple, la

BGE (Boutique de gestion des entreprises) répond bien aux problématiques des créateurs. Nous avons aussi comme mission de faire des partenariats et de fédérer plusieurs incubateurs et accélérateurs selon la localisation géographique, le secteur ou les besoins de l'entreprise.

Comment vous différenciez-vous ?

Nous sommes innovants pour plusieurs raisons. D'une part, une solution comme celle-ci n'existe nulle part au monde. Nous avons fait un benchmark et en tant que chercheurs à la base, nous avons réalisé une revue de la littérature dans les bases de données scientifiques internationales, et un tel concept n'existe pas. Il existe bien des solutions de co-création, de co-développement et de co-financement participatif, mais pas intégrées sur une seule et même plateforme. Il existe des incubateurs et des accélérateurs en ligne, mais ceux-ci ne sont pas participatifs. Il s'agit essentiellement de sites vitrines qui recueillent les besoins des entrepreneurs pour leur vendre des prestations. Preuve de cette unicité, nous avons déposé la marque e-incubator® et e-accelerator® au niveau international. Nous possédons les quatre formes de crowdfunding (crowdfunding, crowdfunding, crowdlending et crowdquity) en plus des solutions de crowdsourcing en amont au niveau de la cocréation, et en aval au niveau du codéveloppement et des ventes. Nous sommes le partenaire de plusieurs collectivités locales au niveau national, en plus d'être celles à l'origine des écoles de commerce et d'ingénieurs et des universités. Notre essence est sociétale et nous sommes agréés « ESS ». Nous avons comme objectif de devenir un « hub pour l'entrepreneuriat » et de fédérer les différents acteurs du domaine.

Mais qu'apportent l'e-incubateur et l'e-accelérateur ?

La différence essentielle entre un incubateur et un accélérateur réside au niveau du stade de maturité du projet. L'incubateur se positionne en amont de la création d'entreprise et l'accélérateur en aval. Nous nous adressons aussi bien à des porteurs de projet, qu'à des entrepreneurs aguerris qui ont des TPE/PME. Nous sommes en ligne et nous utilisons des solutions participatives. L'idée de base était de donner à chacun, quels que soient ses moyens financiers, sa situation géographique et son réseau, la

même possibilité de donner vie à son projet et de le développer avec l'aide de la communauté. Nous sommes une entreprise sociale et solidaire qui vise à promouvoir et à démocratiser l'innovation et l'entrepreneuriat en réduisant les inégalités d'accès à l'accompagnement et aux ressources pour développer son entreprise, et favoriser la pédagogie de l'innovation et de l'entrepreneuriat. Notre solution est répartie en quatre étapes. DreamInnov permet aux créateurs de produits ou de services de les tester sur le marché et de voir s'ils fédèrent suffisamment d'avis favorables de la communauté, voire de cocréer avec celle-ci. DreamFunding leur permet de trouver un financement, via le crowdfunding, le crowdlending, le crowdquity ou le crowddonation, selon leurs préférences et via les financements publics. DreamExperts les met en relation avec des experts – développeurs, designers, comptables – à même de répondre à leurs besoins en fonction de leur domaine d'activité et de leur budget. Enfin, DreamSales les aide à commercialiser leur offre, en France comme à l'international, via des commerciaux et une boutique en ligne. L'intention à travers DreamTakeoff est que le porteur de projet ou l'entrepreneur puisse, de façon modulaire et sur la plateforme, effectuer le parcours complet ou aller directement à l'étape qui l'intéresse. C'est une offre intégrée et démocratique au service des entrepreneurs.

Pourquoi proposez-vous les quatre types de financement participatif ?

Selon le profil du porteur, la typologie ou la maturité du projet, le financement participatif mobilisé ne sera pas le même. Par exemple, il y a des porteurs qui ne veulent pas se délester trop tôt de leur « cœur nucléaire », leur capital social, et donc privilégieront le crowdfunding ou le crowdlending. Cela dépend aussi du type de projet : les projets pouvant « prélever » ou « offrir des contreparties », privilégieront le crowdfunding, ceux générant déjà du cash régulier, privilégieront le crowdlending et ceux possédant un fort potentiel de croissance seront plus enclins pour se financer via le crowdquity (investissement en capital social). Les projets en création privilégient le crowdfunding avec contreparties, puis le crowdlending prend le dessus. Pour les associations, le crowdfunding est favorisé. Au cours de la vie et du développement d'une société, les différents types

actualité de la nouvelle économie

► 4,3 milliards d'amende contre Google.

La Commission européenne a infligé une amende record de 4,34 milliards d'euros à Google pour abus de position dominante sur son produit Android. Le verdict clôt une enquête de plus de 3 ans, et forme probablement la première étape d'une série d'appels et de recours juridiques de la part de la maison Alphabet. L'an dernier, Google a déjà été sanctionné d'une amende record de 2,42 milliards d'euros dans l'affaire concernant son comparateur de prix. Outre l'aspect financier de cette amende, Google devra effectuer d'importants changements sur Android afin de s'adapter à la réglementation antitrust imposée par Bruxelles.

de crowdfunding peuvent être mobilisés et parfois pour des motivations différentes. Cela peut être pour tester un marché, pour communiquer sur sa marque, ses produits ou services ou pour obtenir des financements, d'où l'intérêt d'associer ces différents types de crowdfunding sur une seule et même plateforme, et d'embarquer aussi la communauté en amont sur DreamInnov pour l'inviter à co-créer le produit/service avant de lui demander des fonds. De même, le financement par le marché, via les commerciaux et la boutique en ligne mise à disposition sur DreamSales, constitue un signal positif que le produit/service suscite un attrait pour les consommateurs, et donc les financeurs seront plus enclins à le financer sur DreamFunding. C'est un cercle vertueux.

N'est-ce pas trop ambitieux que d'avoir une offre multiservice dès le départ ?

En effet, c'est assez lourd. Nous sommes sur une levée de fonds de 2 millions d'euros avec la Caisse des Dépôts pour accélérer notre notoriété, mais nous avons des partenariats avec pas mal d'autres

acteurs. Je suis universitaire, j'ai fait un doctorat sur l'entrepreneuriat, je visualise bien tous les besoins, c'est une complexité, mais c'est aussi un atout. Je suis pilote d'avion aussi et je dirai qu'il y a vraiment un manque de tour de contrôle dans le secteur de l'entrepreneuriat pour centraliser les besoins et orienter les entrepreneurs en fonction de leurs besoins...

N'est-ce pas le libre marché qui fait office de tour de contrôle ? Il est normal que des milliers de gens aient des idées, mais c'est aussi la loi de la nature que certains réussissent et d'autres non...

Michel Pébereau parlerait de ruissellement... DreamTakeoff a plutôt pour objectif de donner une canne à pêche pour que les gens apprennent à pêcher, mais pas de donner du poisson. Je suis contre tout ce qui est subventions, mais je suis pour donner des outils pour que les entrepreneurs puissent s'en sortir et l'idée de base de DreamTakeoff, dès lors qu'un porteur a un projet reconnu comme tel par la communauté, c'est qu'il puisse obtenir du capital de par l'attrait de la communauté sur son projet.

Comment travaillez-vous, avez-vous un comité de sélection ?

Oui, nous sommes obligés de sélectionner les projets. 95 % des entrepreneurs veulent des financements, mais quand on n'a pas créé son entreprise et quand le projet est bancal, il faut d'abord orienter la personne vers une partie accompagnement et maturation de l'idée. Il y a une sélection selon les différents services et, après, c'est la loi de l'offre et la demande. Si la personne a besoin d'une expertise, elle poste sa demande sur la solution de crowdsourcing et, si le prix est adéquat, elle a plus d'experts qui répondent...

Qu'observez-vous en ce moment ? Les projets sont-ils réalistes ou y a-t-il encore beaucoup de rêveurs ?

Il y a encore beaucoup de rêveurs et nous devons orienter ces personnes plutôt vers la maturation du projet que vers le financement... Après, il y a des entreprises qui sont vraiment passionnantes, avec beaucoup de potentiel, et qu'il est intéressant d'accompagner. ■



Avis d'Expert

La clé du succès des startups : la capacité à analyser les données.

Aujourd'hui, l'algorithme est le point de départ de la majorité des startups dans le domaine des nouvelles technologies. Cependant, il ne s'agit que d'un des éléments à prendre en compte pour les entreprises cherchant à se faire un nom dans une industrie de plus en plus concurrentielle. Avoir un algorithme unique est un bon début pour une startup, mais ce n'est pas suffisant pour rivaliser contre des mastodontes tels que Facebook et Amazon, qui disposent de suffisamment de ressources pour écraser leurs concurrents de moindre envergure et monopoliser le marché. Dorénavant, il est essentiel de faciliter et de favoriser le développement de vastes ensembles de données pour alimenter et compléter ces algorithmes. Ces données doivent également être analysées et traitées à l'aide de technologies d'autoapprentissage, comme le Machine Learning, afin de produire des résultats pertinents. Sans cela, l'entreprise sera rapidement brisée dans sa capacité à se développer et à innover. Aujourd'hui, il est quasiment impossible pour une startup dans la high tech de réussir sans les technologies d'autoapprentissage nécessaires à l'analyse de vastes quantités de données, et ce pour différentes raisons.

Toujours plus de données

L'utilisation de capacités d'autoapprentissage sur les grands ensembles de données existants peut fournir de précieux résultats, notamment pour créer des expériences clients uniques et personnalisées, ou rationaliser une chaîne d'approvisionnement grâce à l'automatisation ou à l'aide d'alertes anticipant les problèmes potentiels. Ces deux éléments, le Machine Learning et les vastes quantités de données toujours plus riches, sont essentielles pour les startups d'aujourd'hui. Chez Pindrop, nous avons analysé plus de 400 millions d'appels rien que l'an dernier. Nos clients ont ainsi l'assurance d'accéder à un ensemble de données immensément riche. Notre technologie brevetée Phoneprinting distingue les escrocs des appelants légitimes, enregistre ces informations dans

une base de données des criminels récidivistes, catégorise les cas de fraude et dresse les profils de leurs auteurs. Les fraudeurs s'attaquant aux consommateurs du monde entier peuvent ainsi être identifiés et dénoncés. L'accès à une telle quantité de données permet de signaler rapidement les comportements suspects, et même d'identifier les modes opératoires les plus sophistiqués afin d'obtenir une vision plus globale, et d'informer les clients en temps réels des fraudes détectées et de la méthode employée. Les données ont également une multitude d'utilisations au-delà de la simple détection des fraudes : elles peuvent aider les entreprises à éviter les fuites d'informations, et servir de Proof-of-concept lors d'échanges avec des prospects.

L'omniprésence des données

Dans un monde toujours plus connecté, il apparaît de plus en plus que la valeur des entreprises n'a d'égale que celle des données auxquelles elles ont accès ou qu'elles collectent. Pour les petites entreprises, la gestion des quantités importantes d'informations peut faire toute la différence entre réussite et faillite. Tout se joue sur leur capacité à utiliser ces données afin d'ajuster leur approche client en fonction de leurs objectifs, et pour rivaliser avec les startups concurrentes sur le marché, saturé, des nouvelles technologies. Proposer une solution ou un algorithme unique est une chose ; mais sans données, comment créer des produits répondant aux besoins spécifiques des clients et s'adapter à l'évolution constante des exigences du marché ? Les startups cherchant à soutenir leur croissance doivent gérer une multitude de problématiques, et notamment : Comment s'assurer que les consommateurs soient au courant de leurs nouveaux produits et innovations ? Comment assurer un suivi idéal des clients ayant effectué un achat initial ou avec qui il y a eu des interactions ? Comment entretenir la fidélité des clients ? Toutes ces questions ont un point en commun : le fait que l'on puisse y répondre en exploitant les données, volontairement partagées par les clients (lors de leur enregistrement sur un site web, ou lors d'un achat), afin de leur four-

nir des expériences sur mesure. Les startups capables de consigner des données sur le profil de leurs clients existants et de leurs prospects, et d'utiliser ces informations dans leurs algorithmes afin de créer des services personnalisés sont assurément sur la voie du succès. Ces données peuvent ensuite être examinées et enrichies par des programmes d'autoapprentissage afin de fournir des résultats riches d'enseignements. Et c'est précisément cela qui va permettre à une startup de prendre l'ascendant sur la concurrence : ni l'algorithme de base, ni le volume de données collectées et stockées, mais le type de données et la capacité à les traiter et à les utiliser efficacement.

De l'importance de la protection des données

Tandis qu'elles commencent à accumuler des tonnes de données en provenance de leurs clients, les entreprises doivent bien évidemment absolument tenir compte de la mise en conformité avec le Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD). Depuis l'entrée en vigueur de cette loi, le 25 mai 2018, la protection des données personnelles doit être au cœur de l'ensemble des procédures, produits et services des entreprises sur tous les canaux. Les employés devront également tous être conscients de leurs obligations afin de protéger les données des consommateurs sur tous les canaux, y compris en ligne et par téléphone. Le RGPD doit donc être vu comme une opportunité – en particulier les petites entreprises et les startups – de mettre en place une stratégie de protection de qualité couvrant les appels, la voix, ainsi que toute autre donnée transitant sur des canaux numériques. De plus en plus d'objets sont connectés, ce qui donne naissance à toujours plus de données enrichies. Les startups doivent donc regarder au-delà de leurs algorithmes et s'intéresser aux données existantes et aux connaissances à leur disposition afin de mettre leurs idées en avant. Elles pourront ainsi séduire des investisseurs et faire face à l'hégémonie croissante des géants de la high tech.

Nick Gaubitch, directeur de recherche de Pindrop pour l'EMEA