



Quelques startups de la Frenchtech Montpellier

J'ai passé quatre jours à Montpellier des 9 au 12 mai 2015. C'était mon second passage dans cette ville après celui de 2013 et l'occasion de découvrir ou redécouvrir quelques entreprises innovantes du numérique et aussi du secteur de la santé.

Avec la labellisation Frenchtech, les pôles d'innovation régionaux tiennent à juste titre à émerger et à promouvoir l'attractivité de leurs territoires et entreprises innovantes. Comme je l'avais indiqué en 2013, la métropole de Montpellier est environ la quinzième de France en termes d'investissements dans l'innovation. Elle se distingue par un pôle universitaire très important avec plus de 60000 étudiants, de grandes entreprises locales comme IBM et Dell, et un écosystème de startups dynamique, fédéré notamment autour des hôtels d'entreprises du BIC. Les secteurs couverts sont divers avec des services Internet, des services médias, de l'éducation, des logiciels d'entreprise et aussi pas mal de medtechs/e-santé.

Comment se mesure le dynamisme d'un pôle économique ? Plusieurs indicateurs quantitatifs et qualitatifs me semblent importants : le nombre de startups qui se créent et sont (bien) financées, l'orientation internationale car le développement hors de France de nos startups est le point de passage obligé pour leur succès (cf **BIME Software** qui a maintenant un site à Kansas City), le recyclage de l'argent et du savoir-faire entre les entrepreneurs établis et les nouveaux entrepreneurs, et le dynamisme local qui se manifeste notamment par la vie associative et par le biais d'événements autour de l'entrepreneuriat.

Quand on zoome un peu, j'y ajouterai la densité technologique des innovations. Depuis le début de l'année et via une initiative de Bpifrance, on met en valeur les innovations de services. Sans cette initiative destinée à faire évoluer les critères de sélection des projets éligibles aux financements publics, les projets des startups numériques que l'on peut observer ont en moyenne une intensité technologique plutôt faible. Ce n'est pas parce qu'un site web est développé avec un framework PHP que la startup développe une offre avec une forte différenciation technologique ! Il est donc bon d'avoir aussi de belles startups avec un patrimoine technologique solide et différencié.

Dans toutes ces dimensions, Montpellier est bien dans l'épure, comme pas mal d'autres régions de France telles que Lyon, Grenoble, Lille ou Nantes. En quatre jours sur place, j'ai participé à un Startup Weekend, toujours intéressant pour observer les tendances au niveau des idées et des équipes de jeunes entrepreneurs en herbe, une douzaine de startups et entreprises innovantes, le plus souvent très tournées à l'international, puis participé à la nouvelle conférence sur l'entrepreneuriat, **Xtrem'UP**.

Je vais passer tout cela en revue...

L'esprit du Startup Weekend

Je participais à mon 9ième Startup Weekend comme mentor (**photos**). 13 projets regroupaient environ 70 participants. Je prends toujours plaisir à coacher les équipes et à observer leurs progrès en deux jours avec au finish, des pitches de bonne qualité et surtout une foi inébranlable d'entrepreneurs. Même si généralement une faible proportion des projets des Startups Weekends se transforme réellement en startups. Ceux qui subsistent ne sont pas forcément les gagnants. Ce fut le cas de **1001Pharmacies** qui n'avait même pas franchi le seuil du premier pitch dans un SUW en 2012. C'est maintenant une startup établie et financée. Le gagnant de 2013,

PushContact, existe toujours mais est encore en phase beta.



Côté tendances et sans grande surprise, les objets connectés étaient à l'honneur dans cette édition et en particulier dans le sport : un projet de capteur pour éviter la trop grande fatigue des chevaux de course (**Perfhormance**), un dossard connecté virtuel intégré dans le smartphone (**MyNumbers**), un projet événementiel de Yoga plus ou moins connecté (**Namastival**), une poubelle connectée (**e-bin**), un service en ligne de configuration de solution de domotique (**MySmartHome**) et un dispositif astucieux d'apprentissage de la programmation destiné aux enfants (**Magic Square**).

Deux projets pouvaient être classifiés dans la case "entrepreneuriat social et solidaire" : **Cityzen Eye** (accès mobile à une base sur le bilan RSE des entreprises liées aux produits de la grande distribution) et **Ento Coopa** (création de granulés à base d'insectes pour alimenter les poissons d'élevage).

On n'échappait pas sinon au marronnier des projets destinés aux étudiants : un service d'accompagnement aux études à l'étranger (**Stud'Up**), un autre pour trouver des jobs notamment dans les PME (**Download Students**), un service d'accompagnement de personnes âgées dans le train permettant de créer un (petit) complément de revenu pour les étudiants (**Train d'Union**) et une billetterie de compétitions sportives destinée aux étudiants (**Montpellier Students Sport**). Heureusement, point de projet d'organisation de sorties ou de rencontres !

Un Startup Weekend, c'est aussi une belle tranche de vie, parfois touchante. Quelques exemples glanés dans cette édition :

- Une équipe qui comprend un père et son fils, et le fils qui démarre avec fougue le pitch du projet (**Download Students**).
- Un élève de 18 ans d'un lycée professionnel accompagné par son professeur, qui crée une poubelle connectée pour les zones touristiques (**e-bin**).

- Une juriste qui intègre une équipe qui devient finaliste (**MyNumbers**).
- L'un des participants de l'équipe **Magic Square** qui filme son fils de trois ans en train de tester leur système d'apprentissage de la programmation. Une belle valeur émotionnelle au rendez-vous pour le pitch !

Les gagnants étaient **MySmart Home** (l'équipe ci-dessous), **MyNumbers** (dossard connecté), **Ento Coopa** (alimentation de poissons à base d'insectes) et **Perfhormance** (cheval connecté). Ce sont des projets qui devraient continuer leur lancée. Le dernier pitchait aussi dans la seconde journée de Xtrem'Up.



L'écueil le plus courant ? Des projets qui ont du mal à sortir du cadre du marché de niche et/ou de la géographie de niche, comme Montpellier Students Sports qui n'avait rien du tout d'une startup, en proposant des places ou abonnements à prix réduit dans les compétitions sportives de la ville.

Comment donc créer un business "scalable" ? Il faut se poser la question assez tôt dans le processus de conception. Identifier des besoins avec une récurrence forte dans l'année. Si ce n'est qu'une à deux fois par an pour récupérer quelques euros par client, cela ne colle pas car les coûts d'acquisition de clients sont trop importants. Il faut trouver un bon équilibre volume/valeur dans le besoin traité. Il vaut aussi mieux voir grand au départ et partir du général et seulement alors, aller au particulier pour illustrer l'innovation et identifier le segment de marché où l'expérimentation aura lieu. Le Growth Hacking intervient bien après, lorsque l'on utilise les indicateurs marketing (reach, transformation, etc) pour optimiser la croissance.

Conférence Xtrem'UP

Cette conférence d'un nouveau genre a été organisée par des entrepreneurs de Montpellier pour tirer parti du **FISE** (Festival International des Sports Extrêmes) qui avait lieu au même moment dans la ville. La conférence **Sportnumericus** organisée à Paris en juin est dédiée aux innovations dans le sport. Xtrem'UP se positionnait à

mi-chemin entre la conférence entrepreneuriale s'appuyant sur les métaphores sportives et sur le témoignage d'entrepreneurs dans le sport (**Charlotte Consorti**, championne du monde de kite-surf) et de sportifs extrêmes devenus entrepreneurs (**Taïg Khris**, champion du monde de rollern, habité des trucs de malade comme son saut du premier étage de la Tour Eiffel ou au **Sacré Cœur** et création de l'application mobile Onoff jouant le rôle d'opérateur virtuel permettant d'avoir plusieurs numéros de téléphone à partir de son abonnement mobile traditionnel, pour 3€ par mois).

J'ai eu l'occasion de faire l'introduction de la conférence pour rappeler les différences entre l'entrepreneuriat en général et la création de startups en particulier et d'évoquer le maintenant traditionnel thème de l'uberization. J'étais suivi par **Marjorie Paillon** qui expliquait comment les médias se faisaient uberizer voire s'uberizaient eux-mêmes. Puis l'inénarrable **Gael Musquet**, président d'Open Street Map France et grande promoteur de l'open source qui débusquait quelques mythes sur l'innovation ouverte. Suivaient des représentants de structures d'accompagnement comme **Eric Burdier** d'Axeleo et **Nabil Belmezouar**, fondateur de Hidden Founders en Allemagne, et aussi **Christophe Carniel**, fondateur de Vogo Sport, et aussi de Netia que j'ai visité (cf plus loin dans l'article).

Le clou de la conférence ? Du spectacle avec un groupe local de hip-hop très dynamique ! Il n'y a rien de mieux pour dynamiser une salle !



Toutes mes photos de la conférence **sont ici**.

Visites de PME et startups innovantes

J'ai surtout rencontré, par choix, des entreprises des secteurs audiovisuels, surtout dans la vidéo et une dans le domaine de la santé, un sujet qui m'intéresse de plus en plus, et plutôt côté biotechs/medtechs que e-santé.

Soledge

Cette startup est un nouvel acteur de la filière de la hi-fi en France. Ils exposaient pour la première fois au CES de Las Vegas en janvier 2015. La société propose une solution de diffusion de musique numérique qui part d'un serveur de musique qui alimente via courant porteur des satellites avec ou sans amplificateur intégré. Dédié en premier lieu aux installations hi-fi, il simplifie le câblage et permet de créer des installations multi-room. Au passage, le son haute résolution est supporté.



L'une des cartes des récepteurs de Soledge, fabriquée entièrement dans la région sud.

La fabrication des serveurs et des satellites est réalisée entièrement avec des sous-traitants de la région : pour la coque qui utilise un composant synthétique laminé et usiné, pour les circuits imprimés (qui utilisent un processeur Cirrus Logic) et même pour les bobines des transformateurs. Dans leur showroom, le système de démonstration utilise des enceintes françaises Atohm ou Waterfall. Côté business, la société a une stratégie double : proposer des produits finis au grand public (une clientèle très aisée) et la technologie en OEM à d'autres constructeurs.

Playmute

Yamine Bena avait créé Freemute, une application de télécommande de box téléchargée à un million d'exemplaires. Associé à Kevin Cloarec, ils lancent **Sweamr**, un système ingénieux qui simplifie l'intégration de diverses sources vidéo pour alimenter sa TV. Physiquement parlant, c'est un dongle comprenant

plusieurs entrées HDMI, une USB et une sortie HDMI. Cela permet d'alimenter sa TV avec une box, une box OTT type Apple TV ou Roku, une console de jeu et même une clé Chromecast.

Le tout est télécommandé via une application mobile qui permet de passer d'une source à l'autre et de la piloter avec l'application correspondante. Le dongle peut afficher l'une des sources en "PIP" (picture in picture) et aussi servir de canal publicitaire. C'est plutôt ingénieux. Le marché visé ? En premier lieu les USA où les box Roku et Apple TV sont légion.

Plussh

Cette startup s'attaque à un gros morceau : concurrencer Periscope et Merkat avec une application de diffusion de vidéo live avec un smartphone. Elle fonctionne en HD à partir de la 3G, exploitant un autre protocole de communication (HLS) qui gère 4 flux qui 's'adaptent à la qualité du réseau. Ils supportent à la fois les codecs H264 et H265 (HEVC). L'encodage est réalisé en hard ou soft selon les capacités des processeurs des smartphones.

La solution sera disponible en juin 2015. Elle s'appuie sur une infrastructure de streaming créée ces cinq dernières années. Le player vidéo s'intègre dans un IFRAME dans tout site web, une fonctionnalité pour l'instant non disponible chez Periscope. Le marché visé est en premier lieu celui des entreprises puis celui des journalistes et témoins d'événements.

Netia

Située à Claret, une petite ville située à une demi-heure de Montpellier dans un cadre bucolique où l'on produit aussi de l'huile de cade (vous connaissiez ?), Netia propose un logiciel de gestion et de diffusion de contenus audio et vidéo. La société qui a 20 ans d'existence a démarré dans l'audio avec comme premiers clients Radio France, RFI, RAI et d'autres grandes radios de service public. En 2004, via une acquisition, ils ont élargi leur activité aux contenus TV et notamment pour les radios qui se sont mises à diffuser leurs émissions en vidéo. Après avoir été vendue au belge EVS puis rachetée à ce dernier par les fondateurs autour de 2000, Netia a été acquise en 2008 par **Globecast**, une filiale d'Orange dont j'ai déjà eu l'occasion de **décrire l'activité** en 2014. Ils sont 40 sur Claret et 50 en tout. Ils ont une bonne approche produit avec une interface utilisateur unifiée. Et 15000 utilisateurs au compteur, répartis dans 200 clients dans le monde, dont 3000 utilisateurs chez Radio France : réalisateurs, préparateurs d'émission et journalistes. Ils proposent même une version mobile pour les journalistes. Netia est bien présent à l'international et sur tous les continents. Le marché US est difficile d'accès même s'ils y ont deux références : l'une chez ABC Radio et l'autre au Sénat.



Développer dans les champs, il n'y a que cela de vrai ! Surtout si après, on vend à l'international !

Mesclado

Fondé en 2011 par François Abbe, un ancien de Snell, Mesclado se positionne comme un laboratoire de recherche appliquée dans le secteur de la TV. Ils font des recherches, études et évaluations technologiques qui leur permettent d'accompagner des clients, surtout dans le broadcast et dans la modernisation des infrastructures. Les ruptures technologiques comme le passage à la HD ces 10 dernières années et le passage en cours à la 4K sont donc dans leurs cordes. Ils travaillent ainsi pour les Directions Techniques des grandes chaînes TV françaises, chez RTBF, pour les ayant droits de contenus comme la Fédération Française de Tennis qui gère les droits sur le tournoi de Roland Garros ainsi que pour les prestataires techniques comme Euromedia. Ils ont aussi comme clients les intégrateurs et prestataires de services comme Ericsson, Orange / Globecast ainsi que les grandes sociétés de services telles que Capgemini et ATOS. L'équipe est toute petite avec cinq personnes plus l'équivalent en freelances. Leur différentiation ? Une indépendance totale des fournisseurs, qui ne les commissionnent pas.

TEADS

Teads est une société étonnante. C'est un peu le Criteo de la publicité vidéo. Plus discrets que ce dernier, ils n'en sont pas moins un succès éclatant. La société comprend 450 personnes dont 150 aux USA (Chicago, New York, Miami, San Francisco). Ils ont 70 personnes à Montpellier, installés dans des locaux style "silicon valley". Leur marché : 50000 publishers dont 500 journaux "premium" (Financial Times, Forbes, Le Monde). Ils ont 100% des gros publishers au Royaume-Uni.



Leurs concurrents principaux sont Facebook et sa filiale Liverail, potentiellement Google, Yahoo, Rubycon ainsi que le français StickyAds (qui avait été financé au départ par ISAI). Ils vont bientôt dépasser les \$100m de CA. En 2014, ils ont fusionné en avril 2014 avec eBuzzing, la société créée par Pierre Chappaz (à l'origine sous la forme du portail d'information Wikio). Cette dernière avait procédé à de nombreuses acquisitions comme celle de BeeAd pour devenir un autre spécialiste de la publicité vidéo. eBuzzing et Teads étaient concurrents mais le premier plus sur le marché et de volume (breadth) et le second sur le segment premium (depth). Ce genre de fusion est souvent une solution incontournable pour créer des acteurs de taille critique. Avis aux amateurs, la société recrute 40 développeurs en France, dont des experts en Cassandra (base de données NoSQL) avec plusieurs années d'expérience.

On leur souhaite de continuer à croître dans le monde et de rester indépendants le plus longtemps possible !

Bear2b

La société propose des solutions dans la réalité augmentée. Créée en septembre 2014, elle a comme client et investisseur le Groupe Revue Fiduciaire. Leur solution est une plateforme mobile iOS et Android qui permet de reconnaître les pages d'un document et de renvoyer l'utilisateur sur du contenu en ligne associé. C'est une innovation d'usage. Les clients sont des industriels et des éditeurs. Dans l'exemple du Code du Travail édité par Revue Fiduciaire, le smartphone reconnaît les articles consultés dans la version papier et renvoie l'utilisateur vers les mises à jour. Ce Code du Travail est vendu à 25 000 exemplaires par an. L'application est intégrée dans le prix de vente et encourage les clients à s'abonner aux mises à jour annuelles du guide. C'est un modèle de transition pour les éditeurs dont les ventes en papier subsistent mais décroissent. La société a gagné le prix Open Data d'ETALAB en avril 2015.

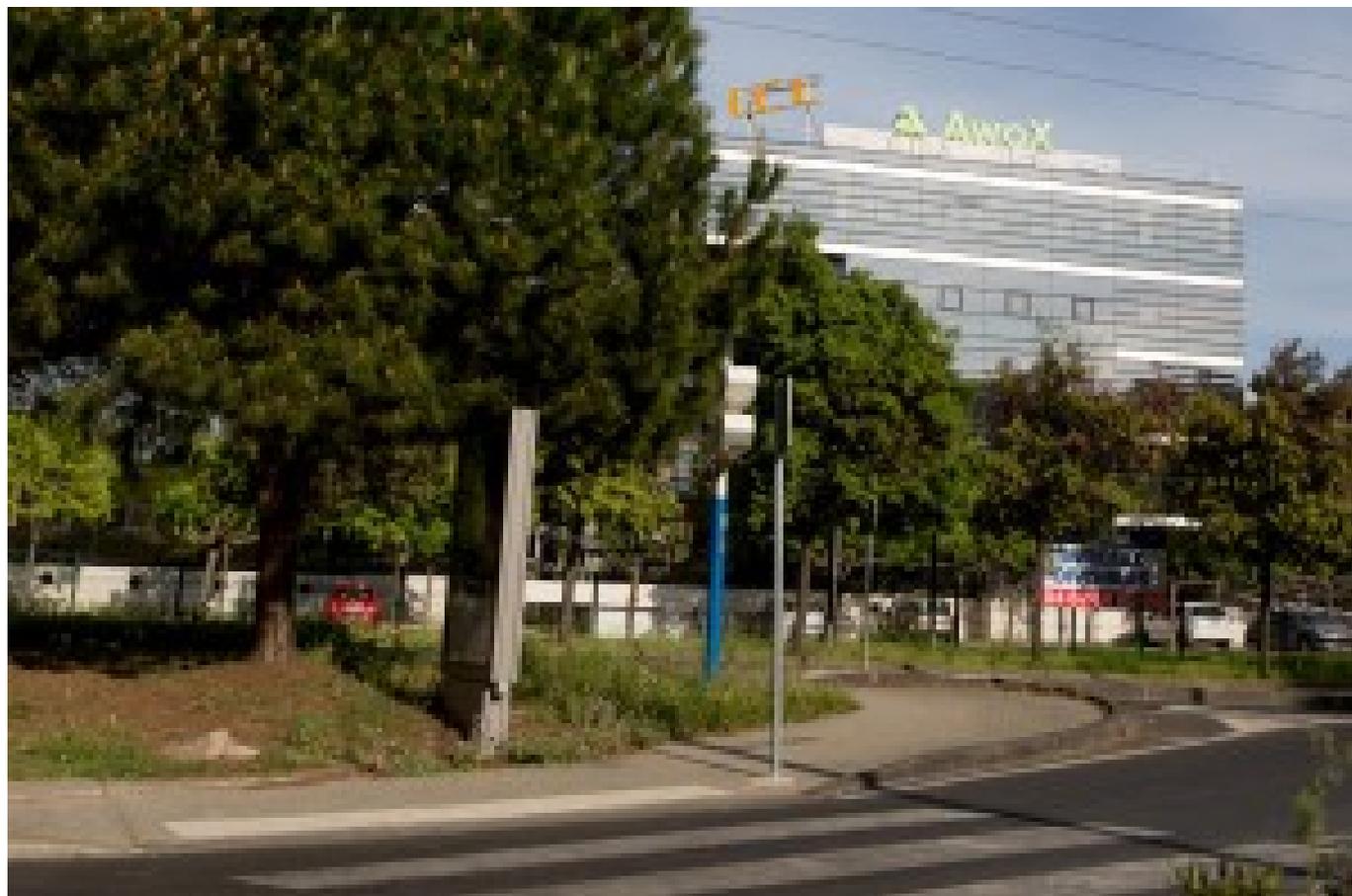
Virdys

Virdys a créé le logiciel VirtualInsight3D pour la création de showrooms et démonstrations interactifs en ligne. Il

permet d'intégrer des personnages virtuels ainsi que des vidéos dans les décors. Il fonctionne en mode "full Saas" et le player s'intègre dans tout site web. Le logiciel permet aussi de créer facilement des contenus 3D pour la communication, la formation et les infos à la TV. Lancé au CES 2015, leur module de création de scène 3D EasySim3D a servi à modéliser pour les infos TV les crashes d'avions (German Wings, A400M Séville), le crash de Dropped et l'attentat du Prado. Il peut servir aussi à modéliser des événements moins dramatiques heureusement ! Leur différentiation ? Un moteur de rendu de jeu plus rapide que les logiciels de CAO habituellement utilisés dans la modélisation (comme Maya). Le marché de volume ? Il se trouve dans la police et la justice (reconstitution de crimes), pour les assurances auto et aussi pour les configurateurs 3D de produits divers comme dans l'équipement de la maison. Le logiciel peut aussi servir à créer des story boards interactifs pour le cinéma et les séries TV avec du multi-angles.

AWOX

AWOX est une société habituée de mes compte-rendus de l'IBC et du CES. Cette société est spécialisée dans les objets connectés pour la maison et commercialise des solutions audio, vidéo et d'éclairage connectées en Bluetooth. En 2014, ils ont fait l'acquisition de Cabasse, le fameux fabricant d'enceintes hi-fi haut de gamme situé à Brest. AWOX a développé une stratégie de développer de stacks logicielles autour des standards Upnp et DLNA. Ils sont ainsi très bien représentés et connus dans les consortiums industriels associés. Cela leur a permis de développer un bon business de vente en OEM de stacks logicielles qui représente aux alentours du tiers de leur CA qui est supérieur à 7m€ (sans Cabasse). Depuis quelques années cependant, ils développent une gamme produit de plus en plus étendue destinée au grand public, et notamment dans l'éclairage intelligent. Dans le même temps, ils continuent de contribuer aux efforts de standardisation autour de l'Internet des objets, au niveau de la couche agent (ISO layers 5 et 6). La société emploie 40 personnes à Montpellier et 35 à Brest plus des commerciaux dans le monde et une dizaine de personnes à Singapour qui supervisent leurs approvisionnements en Chine.



Le siège d'AWOX à Montpellier.

AWOX investit beaucoup en marketing et à l'international : ils sont au CES de Las Vegas, à l'IFA, à l'IBC (pour leurs offres destinées aux opérateurs), au Medpi. Cabasse va de son côté à l'ISE d'Amsterdam et au Munich High End Audio et à Monaco.

Spotter

Située depuis plus de dix ans dans le phare de Palavas, cette PME d'une quinzaine d'années est spécialisée dans l'analyse des médias traditionnels et des médias sociaux. Faisant 30 personnes, elle a été acquise par le groupe Akio qui fait maintenant au total 100 personnes, dont une branche située au Portugal. Fondatrice de Spotter, Ana Athayde est maintenant DG de Spotter et en charge du marketing international du groupe Akio. Spotter a été pionnier bien avant l'émergence de Facebook des outils de veille et d'analyse des conversations. Ils avaient ainsi planché sur les JO de Sydney en 2000, à l'époque en se focalisant sur les forums de discussion et autres médias en ligne. Ils ont ensuite ajouté l'analyse des médias traditionnels puis les blogs, les grands réseaux sociaux et des outils comme Klout.



Le phare de Palavas où est logé la PME Spotter. L'un des endroits les plus originaux qui soit ! Mais Spotter va quitter cette tour pour rejoindre un immeuble plus traditionnel.

Leur trentaine de clients sont des grands groupes comme Air France et des institutions telles que la Commission Européenne. Ils font des analyses multilingues et savent gérer la pondération culturelle selon les pays. Aujourd'hui, l'équilibre de l'activité entre produits et services est de 50/50%. Leur solution fonctionne "on premises" ou en SaaS selon les clients. Le groupe Akio avait de son côté environ 200 clients. Leur logiciel est construit de façon modulaire, un bon point. Ils intègrent une trentaine de widgets d'analyse et présentation de données.

Kyomed

Kyomed est la dernière société que j'ai pu rencontrer dans ce tour à Montpellier. Elle est à cheval entre les medtechs et la e-santé. La structure est curieuse : c'est une sorte de joint-venture entre plusieurs sociétés qui a été cofinancée avec le Programme d'Investissements d'Avenir, à hauteur de 800 K€ dans un premier temps, 2,3m€ restant à débloquent au gré de son développement. Chose étonnante, les fondateurs dont le CEO et Directeur Scientifique, Daniel Laune, ne sont pas actionnaires de cette structure. Kyomed se positionne comme un Living Lab de dispositifs de e-santé et de biomarqueurs qui permet d'évaluer leur intérêt avec des populations tests installées dans une sorte d'appartement témoin. Ils testent par exemple un pilulier connecté issu de Grenoble, des tests d'évaluation d'allergies au pollen, des tests sur la perte d'autonomie, ainsi que l'évaluation de la précision de différentes solutions de podométrie. Sanofi est l'un de leurs premiers clients.

L'équipe comprend actuellement six personnes dont 2 bizdev. Ils cherchent à couvrir l'international, notamment via un chinois et une française qui a passé 3 ans à New York. Kyomed a quitté le marché des biomarqueurs qui était trop concurrentiel. Ils agrègent dans leur plateforme les données issues de capteurs biométriques traditionnels et de biomarqueurs qui analysent notamment les protéines dans le sang et les urines.

What's next ?

Prochaine visite en région de prévue : **Grenoble**, où je vais faire un tour de laboratoires comme le **CEA-LETI** et le laboratoire **Clinattec** dans la santé ainsi que rencontrer quelques startups. J'y intervins aussi le mardi 26 mai sur les objets connectés, à Grenoble Ecole de Management (**inscriptions**).

Et puis ensuite, **Nantes** du 3 au 5 juin 2015 où j'interviendrais comme d'habitude au **Web2day**, cette fois-ci dans le cadre d'une session dédiée à la convergence technologique avec un talk sur la génomique et ses applications. Cette édition du Web2day s'annonce grandiose au vu du panel des intervenants qui comprend notamment une trentaine d'étrangers.

Quid de **Paris** dans tout cela ? J'ai des appels du pied dans l'oreillette. Et bien, ils ne sont pas en reste puisque le 20 mai 2015, Anne Hidalgo et Axelle Lemaire annonceront à la Mairie de Paris une initiative dans le cadre de la Frenchtech. Et oui, Paris n'était pas encore officiellement une métropole de la Frenchtech. Cela sera donc réparé !

Cet article a été publié le 14 mai 2015 et édité en PDF le 16 mars 2024.

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