

# Comment entreprises et

**Points de vue** La relation startups et grands groupes n'est pas qu'un sujet à la mode, il correspond à une réalité commune : le besoin de clients. Comment rendre l'alliance gagnante ?

La notion d'écosystème est devenue extrêmement importante pour le développement économique et soyons chauvins, en la matière, notre région fait partie des plus dynamiques de France. L'histoire de Sophia y a fortement contribué. Mais aujourd'hui, comment entreprises et startups innovent-elles ensemble ? Tel était le thème du Club de l'éco de *Nice-Matin*, qui s'est tenu au service client d'Orange, vendredi, à Nice.



Pascal Latouche, directeur d'Orange Fab France, Laurent Londeix, délégué régional Provence Côte d'Azur et Vincent Parisot, directeur de la communication Orange Sud Est.

(Photos Cyril Doderigny)

**Pascal Latouche, comment Orange s'interconnecte avec les startups ?**

Quand on évoque ce tandem, on imagine la grande machine de guerre que constitue le grand groupe, la structure plus petite qu'est la startup et on se demande comment faire la jonction entre ces antipodes. En réalité, startups et grands groupes ont un point commun : le besoin de clients. Le grand groupe a un processus très industrialisé qui peut créer des lenteurs préjudiciables et les startups extrêmement véloces peuvent dévisser très vite, faute de commandes.

**En vous fixant un objectif convergent, vous vous tirez vers le haut...**

La clé commune est, nous grand groupe, de nous donner des solutions à implémenter rapidement dans nos feuilles de route marketing pour fidéliser de nouveaux clients en allant chercher ces innovations chez des startups. Process qui leur permet d'avoir des clients elles aussi. Le mariage peut être gagnant-gagnant et largement consommé en partenariat commercial.

**Quels dispositifs avez-vous mis en œuvre ?**

L'Orange Fab est un réseau international d'accélérateurs locaux. On en a partout dans le monde : en France, Allemagne, Côte-d'Ivoire, au Sénégal, Japon, US... Il y en a plus de dix. L'idée est simple : avoir des partenariats commerciaux entre nos lignes de marché et les startups. Le danger majeur du côté des startups est la gestion du temps. Si vous la baladez pendant six mois, vous pouvez la tuer trois fois.

**Comment se présente la saison 5 de l'Orange Fab ?**

En France, 150 dossiers vont être croisés avec les besoins de toutes les unités d'affaires d'Orange. Quand nous trouverons des connexions possibles, le couple startup, business unit passera devant un jury qui étudiera la pertinence d'un éventuel partenariat commercial.

**Quel retour d'expérience faites-vous ?**

À la saison 1, je vous aurais dit je ne sais pas trop. À la

saison 2, on a compris. À la 3, on a renforcé. À la 4, on a consolidé. Aujourd'hui, on continue sur notre dynamique. Je pense qu'on apporte aux startups une capacité de renforcement managériale et qu'elles trouvent des avantages à contractualiser de vrais partenariats économiques, plutôt que des relations clients fournisseurs. L'innovation n'est pas que de la technologie et de l'usage, elle passe aussi par les modèles économiques.

**Quels autres outils utilisez-vous ?**

Des dispositifs d'investissement en open innovation comme Orange Digital Ventures où l'on prend des parts dans des startups, des parts minoritaires et si possibles à plusieurs grands groupes. Il existe aussi des API, terme barbare pour intégrer des fonctionnalités déjà existantes à des solutions innovantes et détecter des pépites localement. 40 à 50 % des startups accélérées proviennent des régions et ont toujours leur siège en région.

**Laurent Londeix : « Stimuler »**

**Quel est le rôle du régional dans la relation du groupe Orange et des startups ?**

Il s'agit de repérer les startups et de stimuler l'écosystème numérique. Cela passe par une implication forte dans cet écosystème d'innovation : par exemple le pôle de compétitivité SCS, l'incubateur PACA-Est, la French Tech... Ça passe aussi par la capacité à s'impliquer dans l'événementiel local comme BA06 pour repérer et être en contact.

On intervient dans les pépinières pour faire la promotion de nos outils. On fait des conférences, on partage notre vision aussi bien des marchés que de la technologie, on relaie les appels à projets nationaux.

Cette présence sur le terrain peut être très en amont comme sur des hackathons, comme très en aval en hébergeant des startups en boutique pour voir la réaction du public. C'est une série d'actions qui nous permet de détecter et de faire remonter auprès des équipes nationales.

PROPOS RECUEILLIS PAR CHRISTELLE LEFEBVRE cdefebvre@nicematin.fr ET KARINE WENGER kwenger@nicematin.fr



**Mélanie Nicolini, responsable marketing et communication chez Wildmoka, témoin invité et partenaire d'Orange.**

## De l'intérêt de co-construire

Wildmoka est une plateforme de vidéo cloud qui permet aux éditeurs et opérateurs de mieux monétiser et distribuer des contenus vidéos sur les formats digitaux. « On a travaillé avec Orange en open innovation sur une solution simple et ludique, présentée au Show Hello in mars, qui permet de partager sur les réseaux sociaux des séquences vidéos que vous venez de voir en

live. On a rencontré Orange en 2014 sur un salon spécialisé, on a beaucoup échangé, travaillé en étroite collaboration avec les équipes pour dériver aujourd'hui un produit spécifique. » Lucie Labs, autre startup accélérée, propose à ses clients d'enchanter leurs produits en passant par des lumières interactives, via un bracelet connecté personnalisable, qui sublime le ressenti. « Le

partenariat avec Orange nous a apporté de la visibilité, nous a aidés à bâtir notre crédibilité, nous a permis d'accéder à des événements dédiés. L'ouverture internationale a fait partie des points forts. Les sessions en coworking, le coaching ont aussi permis d'affiner notre vision, notre sensibilité marketing et de s'assurer de l'adaptabilité marché produit. Ce qui est porteur. »



**Cyrille Théveniaud, responsable marketing chez Lucie Labs, témoin invité du club et partenaire d'Orange.**

### « Etre dans le durable »

« Chez Enedis, notre démarche est celle des groupes nationaux qui s'affirment comme des acteurs fortement ancrés sur leur territoire. Une vraie force face à la mondialisation. Nous avons besoin de travailler au quotidien avec l'écosystème local. Les startups nous apportent de la réactivité et nous mettons en place une relation co-construite. Elle offre aux startups un réseau, un retour d'expérience, une forme de commercialisation plus large. À nous, elle permet de rebondir très vite, de nous réinterroger. Pour mieux satisfaire notre clientèle. On travaille sur nos cœurs de métier, les questions de données, de transitions énergétiques. Mais l'essentiel, c'est que cette co-construction s'inscrive dans du durable. Nous avons besoin de relations qui se projettent dans le temps. »



**Carole Ory, directrice territoriale d'Enedis (ex ERDF).**

### « Ne pas se tromper de démarche »

« Ce dont ont besoin toutes les entreprises, qu'elles soient très grandes ou naissantes, c'est de contrats. Certaines startups viennent vers les grands groupes chercher des contrats alors que le sujet est plutôt de signer des partenariats commerciaux avec eux pour aller chercher de nouveaux clients ensemble. Ces partenariats marchent en général assez bien, là où la signature d'un contrat avec un grand groupe réclame du temps. L'UPE06 a mis en place le BA06 pour accélérer la croissance des startups avec dans l'idée de ré-



**André Labat, correspondant de la commission nationale numérique du Medef, UPE06.**

pondre à la problématique du financement comme du remplissage du carnet de commande en incluant les donneurs d'ordre. »

### « Planter des graines »

« Notre vocation à l'Edhec est d'être une école. La startup n'est pas encore là, on plante la graine et on donne tous les outils pour cultiver l'envie d'entreprendre. Mais nous pensons que notre rôle en tant que groupe est aussi d'aller plus loin. Nous avons ouvert un incubateur pour accompagner ceux de nos étudiants qui avaient fait germer leur graine et voulaient se lancer. Nous en sommes à 110 startups incubées. Bien souvent, des créateurs de la région. Nous allons, cette année encore, auditionner des projets, les choisir et les aider à mûrir. On en aura encore une vingtaine d'ici l'été. L'idée,



**Dominique Serio, en charge de l'incubateur Start-up Eye de l'Edhec.**

c'est de l'interaction. On est bien en amont des programmes d'accélération avec les grandes entreprises mais on met toute la force de frappe de notre groupe au service de la startup. »

# startups innovent ensemble

## « La création d'une Digital Academy »

« Le groupe Caisse d'Épargne a comme ligne de force dans sa stratégie de proposer à ses clients le meilleur de l'humain et du digital. Ce que nous déclinons à trois niveaux. National, tout d'abord, pour trouver les bons partenariats avec les startups, de profiter de leurs idées, leur flexibilité et leur dynamique. En échange, nous leur ouvrons notre réseau et notre portefeuille de clientèle. Le deuxième niveau consiste à avoir une impulsion nationale déclinée en région. C'est le projet Néo-Business. Il s'agit de mettre en place un écosystème pour que le banquier régional que nous sommes accompagnes des startups dans leur développement. Le troisième niveau est régional. D'ici à la fin de l'année, la CECAZ créera au CEEI la Digital Academy et constituera un laboratoire d'idées provenant de ses collaborateurs. Aux startups de développer des applicatifs pour nos clients. Dernier volet : la formation de nos 1 800 collaborateurs de la Côte d'Azur afin qu'ils soient à l'aise avec le digital. »



**Christophe Pinault, président du directeur de la Caisse d'Épargne Côte d'Azur.**

## « Un guide en boîte à outils »

« Quand on travaille chez Bpifrance, on vit startup, on rêve startup. Nous sommes leur premier financeur en France et nous mettons en œuvre tout un panel de moyens pour les conduire au succès. En matière de connectivité entre startups et entreprises, sur notre territoire, il y a une vraie dynamique des grands groupes qui mettent des outils à disposition des jeunes pousses. Je pense à Allianz qui a créé son accélérateur à Nice par exemple. Cette dynamique est moins vraie pour les entreprises de plus petite taille alors qu'elle pourrait là-aussi repré-

senter un réel levier de croissance. Dans ce contexte, on a une marque, le Hub Bpifrance, qui permet de connecter le monde traditionnel de l'entreprise avec celui des startups. On y accompagne les startups qualifiées vers les grandes entreprises comme les entreprises de plus petites tailles. On a des programmes d'accélération. On s'appuie sur l'ensemble des entreprises que l'on finance. On favorise la mise en relation au travers d'événements comme celui qui a réuni plus de 36 000 entrepreneurs à Bercy il y a quinze jours. On est dans



**Olivier Vincent, délégué régional de Bpifrance.**

une logique de fusée pour pousser les talents à tous les étages. La nouveauté : on vient de sortir un guide qui a le mérite de proposer une boîte à outils aux startups sur toutes les problématiques qu'ils peuvent rencontrer. »

## « Écouter et aider »

« La CCI a pour responsabilité de promouvoir les entreprises et les startups. Aujourd'hui encore, certains secteurs d'activité sont assez éloignés du monde des startups alors que de nombreuses applications développées par ces dernières pourraient être appliquées en leur sein et leur rendre de grands services. Il faut donc les amener à évoluer, établir un lien fort entre les TPE/PME. Il faut réaliser des salons, Innovative City est à l'origine une idée de la CCI. Il est essentiel pour nous d'écouter nos entreprises, de les aider, les accompagner et faire connaître leurs capacités. »



**Jean-Pierre Savarino, 1<sup>er</sup> vice-président de la CCI Nice Côte d'Azur.**

## « Des aides pour les startups »

« Notre rôle en tant que chambre de commerce italienne est d'aider les entreprises italiennes en France et inversement. Une startup cherche prioritairement à se développer que ce soit d'un point de vue technologique, économique ou commercial. Une société française qui va en Italie sait qu'elle y trouvera des financements régionaux et européens et bénéficiera d'aides pour l'implantation de startups. C'est surtout vrai pour la région du centre, près de Rome, les Pouilles dans le sud et aussi pour la Sicile. Les entreprises italiennes, elles, obtiendront moins de financement en France mais bénéficieront d'un cadre juridique très ciblé et d'une assistance dans la formation ou dans le système bancaire français qui n'existe pas en Italie. »



**Agostino Pesce, directeur général de la chambre de commerce italienne.**

## « Un levier puissant »

« L'Alpa travaille avec des startups afin d'innover, produire des services et outils qu'elle ne serait pas capable de concevoir seule. C'est le cas, par exemple, pour les serious games, ces outils pédagogiques que l'on utilise pour nos 140 000 stagiaires mais aussi pour concevoir des Mooc. Dernièrement, nous avons réalisé avec une jeune pousse un Mooc sur les 101 recettes de base. Il a remarquablement bien fonctionné puisqu'il a eu un million de vues sur YouTube et 52 000 inscrits – dont plus de 12 000 avaient un projet pour devenir cuisinier. Il ne s'adressait pas qu'à nos stagiaires et nous avons ainsi pu ouvrir les connaissances de l'Alpa à un public plus large. Sans l'apport de la startup, nous n'aurions pas eu les compétences en termes de conception, diffusion. C'est un partenariat que l'on veut développer de plus en plus pour concevoir, innover, gagner des parts de marché. Un levier puissant. »



**Yann Picaut, directeur des centres de formation Nice et Cannes de l'Alpa.**

## « Des salons professionnels ou spécialisés ? »

« Nicexpo organise des foires et salons qui se divisent en deux catégories de cible : le grand public ou le professionnel. Les startups ont un savoir-faire indéniable et le plus important est de le faire connaître. Notre préoccupation chez Nicexpo est de les y aider. Aussi la question que je leur pose est de savoir si le grand public les intéresse. La foire de Nice, c'est environ 100 000 visiteurs, mais non ciblés : ils ne se déplacent pas précisément pour les jeunes pousses. Ou bien vaut-il mieux pour les startups d'aller dans des salons professionnels com-



**Paul Obadia, directeur général de Nicexpo.**

me Innovative City qui se déroule cette semaine à Nice Acropolis ? »

## « Pédagogie mutuelle »

« Nous avons avec les startups un rapport de pédagogie mutuelle. Elles viennent nous trouver parce qu'elles sont des projets innovants concernant des besoins émergents et nous, nous leur apportons les problématiques propres à l'immobilier. Grâce à cela, nous sommes passés d'une logique de vente d'un bien à celle de vente d'un cadre de vie. Autre exemple, nous travaillons avec une entreprise qui propose du home staging numérique. Cela aide les clients à mieux visualiser et à mieux se projeter. Les biens immobiliers connectés sont un autre biais de développement que nous expérimentons sur Nice. Une balise envoie des informations sur les smartphones des internautes lorsqu'ils passent à proximité d'un bien à vendre ou à louer. Dernier point, nous demandons au client son avis sur tous les services que nous lui apportons. C'est un vecteur de professionnalisme qui me paraît essentiel. »



**Daniel Falcone, directeur général de la FNAIM Côte d'Azur.**

## « Détecter et parrainer »

« EDF s'implique à différents niveaux : national avec depuis trois ans, le prix EDF Pulse, un laboratoire d'innovations avec 4 000 chercheurs en R&D dans des domaines liés à l'énergie, smart grid, la ville bas carbone... Au niveau local, notre rôle est de parrainer le plus possible dans ce small business act. Cela peut passer par l'opération Performance Globale. L'idée est d'être dix grands parrains pour accompagner les entreprises de PACA-Est. EDF est aussi partenaire de BA06 Events pour rencontrer et aider les startups. Cela peut être en les mettant en relation avec notre R&D. Nous avons ainsi travaillé avec GreenPriz, la-

bricant de matériel électronique, ou BiOriginal, traiteur bio. Nous avons aussi un laboratoire d'innovation dont l'objectif est de tester les entreprises locales, les accompagner, les faire grandir... »



**Frédéric Crépy, manager des ventes grandes entreprises d'EDF.**

## « L'avenir de La Poste passe par les startups »

« L'avenir de La Poste passe par les startups. D'où Start'in Post, notre accélérateur industriel dont c'est la 2<sup>e</sup> saison. Son objectif est de booster les startups capables de nous aider à relever les défis de demain. C'est un programme gratuit et complet d'accompagnement, allant de la prise en charge des tests de concept, au soutien industriel, commercial, développement en passant par l'accès au réseau de La Poste. Chaque année, nous sélectionnons 24 jeunes pousses. Après un an chez Start'in Post,



**Nicolas Legros, attaché de presse PACA du groupe La Poste.**

Koolicar qui fait de la location de voitures entre particuliers a levé 20 M€ et dispose de 60 000 inscrits sur sa plateforme. »