

QUAND LA CHALEUR PRIVE LE SPHÉNODON DE FEMELLES



Le sphénodon, ou tuatara en anglais, est aujourd'hui l'unique représentant de l'ordre des rynchocéphales, un groupe ancien de lépidosaures. Ils représentent une lignée à part dans l'évolution qui a conduit aux lézards et aux serpents. Cet animal, considéré comme un fossile vivant, ne vit plus que sur quelques îles autour de la Nouvelle-Zélande. Comme beaucoup d'autres reptiles, le sexe de sa descendance est déterminé par la température à laquelle les œufs se développent, c'est néanmoins le seul dont les mâles sont produits exclusivement quand la température augmente.

CREDIT PHOTOGRAPHIQUE PHILIPPE WIKIPEDIA

SÉRIE ENTREPRENEURSHIP HIGH-TECH (II)\*

## Internet et web 2.0, ce n'est que le début de la révolution

Trois entrepreneurs, trois modèles, mais une seule constante: mettre le produit dès que possible dans les mains de l'utilisateur.

MAËL GUILLEMOT, VINCENT SCHICKEL ET JORDI MONTSERRAT

«Regardez les budgets de publicité. Et le e-commerce par rapport au commerce mondial. Ces industries représentent des multimilliards de dollars et les budgets alloués à internet ne sont encore qu'une infime partie! Le moment est idéal pour "aller au puits"», déclare Scott Brinkler, fondateur et CEO d'ioninteractive.com. Invités par Pascal Marmier de Swissnex, Scott, Brian et Jeff, trois entrepreneurs basés au CIC, ont partagé avec nous leurs visions et expériences lors d'un panel passionnant. Trois profils différents, mais un seul et même objectif: s'établir sur un marché en pleine explosion! Brian Halligan, CEO et fondateur de HubSpot Vision, commence par un point fondamental à toute start-up IT: trouver les ressources de développement. Il met en garde contre l'outsourcing dans les premières phases. Ayant initié les cycles de développement du produit en Egypte, le besoin de faire évoluer le produit très rapi-

dement l'a forcé à changer de stratégie. Le centre de développement est alors rapatrié sur Cambridge et les réseaux du MIT sont sollicités pour trouver des développeurs. Scott ajoute: «Le recrutement est toujours difficile. Une solide culture d'entreprise et une image attractive sont la meilleure stratégie pour attirer les bons développeurs, lesquels utilisent ensuite leurs propres réseaux. Les gens sont venus chez nous parce que nous étions "hot"».

Trois approches différentes pour un même but

La question du financement est bien entendu longuement discutée, et là les trois modèles différents du tout au tout. Jeff Yolen, CEO de Sphere.com, partage le modèle «ultraéconomique et rapide». Lancée comme un compétiteur de technorati, Sphere.com se repositionne rapidement pour devenir une plateforme web de recommandations de matériel média. Au commencement, pas de bureau, frais minimes, une équipe répartie dans neuf villes et des salaires minimum. La notoriété croît entre autres grâce

au «buzz» sur internet sur les blogs tels que Techcrunch, lui permettant ainsi de lever 3,5 millions de dollars pour une sortie à 30 millions 18 mois plus tard, la société ayant été achetée par AOL il y a deux mois. Scott, lui, a privilégié l'autofinancement en recourant à ses activités de consulting pour financer le développement de son produit, investissement qu'il évalue à environ 5 millions de dollars. Un gros effort compte tenu du défi permanent que représente cette stratégie au niveau de la trésorerie. L'approche de Brian ressemble au «livre d'école»: après une première levée de fond de 5 millions de dollars auprès de VC de très bon niveau. Il profite de l'excellente image de la société et de la période propice à l'investissement pour boucler un deuxième tour de 12 millions, alors qu'il lui restait encore 3 millions du premier tour à la banque. Même pour un profil tel que le sien (entrepreneur accompli et ancien VC), lever des fonds reste un parcours du combattant, comme l'explique Brian: «Recevoir de l'argent de VC, c'est faire un

pacte avec le diable. Nous avons longuement évalué la situation, pour finalement décider que ceci était le meilleur moyen pour réaliser nos ambitions! Pour réussir le "home run", les chances sont plus élevées si vous arrivez à prendre un bon VC à bord.»

Mieux vaut être deux pour créer une société

Ces diverses expériences ont été mises en perspective lors de notre rencontre avec Paul Graham, fondateur d'Y-combinator, et Jessica Livingston, auteur de Founders at Work, qui compile les interviews de plus de 40 fondateurs-entrepreneurs depuis Apple à Firefox en passant par Lotus. Avec plus de 200 start-up financées dans Y-combinator en 4 ans, dont certaines approcheraient maintenant les 500 millions de dollars de valorisation, Paul et Jessica commencent à avoir une idée assez claire de ce qu'il faut pour aller «puiser l'eau au puits». Déjà mis en évidence par Brian, Paul insiste sur le fait qu'aujourd'hui mieux vaut être au moins deux pour se lancer dans l'aventure entrepreneuriale: «Les entreprises avec un seul

fondateur sont plus fragiles. On ne peut pas faire l'ensemble de la gestion d'une jeune entreprise tout seul. Quand il n'y a plus de cash, le moral descend très vite. A deux, on se soutient.» Le secret de la pérennité de toutes ces sociétés: plutôt que passer du temps à trop développer le produit, il faut le mettre entre les mains des utilisateurs le plus vite possible. Ceci permet aux éléments clés d'apparaître et d'évoluer rapidement. Et le secret pour l'entrepreneur? «Surtout, ne jamais baisser les bras. Les start-up ne meurent pas de la compétition ou du manque d'argent. Seule une chose les tue: le suicide», conclut Paul.

\* Cet article est le deuxième d'une série de trois articles consacrés à l'entrepreneurship high-tech conduite et réalisée par Pascal Marmier, advisor Innovation & Entrepreneurship Swissnex Boston, consulat de Suisse, par Jordi Montserrat, regional manager Suisse romande, venturelab, avec Maël Guillemot, CEO de Klewel, et Vincent Schickel, CEO de Prediggo. A paraître demain dans ces mêmes colonnes: «La femme, l'avenir de l'entrepreneuriat».



TUERA-T-ON L'HERPÈS?

L'équipe dirigée par le professeur Bryan Cullende (Duke University Medical Center, Durham, Caroline du Nord) indique avoir dévoilé le mécanisme par lequel le virus se maintient caché dans le corps avant de ressurgir à l'occasion d'un stress, d'une exposition au soleil, etc. Cette découverte pourrait déboucher sur une combinaison thérapeutique pour réactiver le virus - inaccessible à tout traitement sous sa forme dormante - et pouvoir ensuite le tuer, avec l'antiviral acyclovir par exemple.



### Klewel ou comment mettre en valeur une conférence une fois l'événement terminé

«Klèvèt» et «gwelèt» signifient «écouter» et «regarder» en breton. C'est ce concept que développe, sans contraction, la start-up valaisanne Klewel, cofondée par Maël Guillemot, ingénieur originaire de Bretagne travaillant aujourd'hui à Martigny, avec deux autres chercheurs. Son terrain de jeu: la multitude de séminaires et de conférences dans tous les domaines qui ont lieu chaque semaine dans des centres de congrès et hôtels de séminaires. Son défi: comment justifier les coûts d'organisation d'un tel événement quand celui-ci ne dure qu'une voire deux journées? Ce d'autant plus que l'impact et la visibilité des conférences sont souvent limités à l'auditoire présent dans la salle ce jour-là.

Comment permettre à ceux qui n'étaient pas présents de suivre le contenu une fois l'événement clos? Klewel, un spin-off de l'institut de recherche Idiap à Martigny bénéficiant du soutien de l'agence valaisanne TheArk, propose des solutions innovantes de mise en ligne de conférences grâce à des outils puissants de gestion des savoirs. Chaque présentation est d'abord filmée sur place à l'aide d'une station d'enregistrement multimédia discrète. Après un archivage automatique en ligne, chacun peut y rechercher certains points de la présentation de la même façon dont on utilise un moteur de recherche web. Il suffit pour cela de se connecter sur la plateforme web Klewel, laquelle permet en effet

de retrouver de manière aisée les diapositives projetées et de sélectionner la vidéo correspondant à l'élément de la présentation recherché. La technologie d'indexation qui se cache derrière se base sur la reconnaissance automatique de texte visible dans les diapositives projetées. Nul besoin de donner ses slides PowerPoint, Klewel s'en charge automatiquement. Plusieurs institutions ont déjà été séduites par les solutions Klewel, dont l'UNICEF et l'association américaine ACM, l'un des plus grands organisateurs de conférences scientifiques orientées high-tech. Klewel trouve les applications de sa technologie dans les domaines des conférences, des cours suivis à distance et de la communication d'entreprise. - (MG/VS/JM)

### Prediggo vous aide à convertir vos e-visiteurs en e-acheteurs

Depuis 2003, les dépenses des achats sur le web en Suisse ont plus que triplé pour atteindre 4,24 milliards de francs l'année dernière. Une étude de l'Université de Saint-Gall prévoit même une croissance de l'e-commerce en Suisse soutenue d'environ 60% pour les années à venir. Derrière ces chiffres glorieux se cache toutefois une dure réalité: un site moyen ne convertit en moyenne que 2,4% de ses visiteurs en clients. Si l'on compare ceci aux 30% d'un «vrai» magasin, on s'aperçoit très vite qu'il y a encore une énorme réserve de croissance. Il existe plusieurs raisons majeures pour ce faible taux de conversion, la première étant la quantité impressionnante d'objets offerts par ces sites.

Aujourd'hui, un site moyen recense environ 40.000 produits, tous théoriquement accessibles en un clic. En pratique cependant, seuls les blockbusters sont trouvés et donc achetés. Issu du Laboratoire d'intelligence artificielle de l'EPFL, Prediggo offre aux sites d'e-commerce et de news un nouveau moteur qui permet de générer en temps réel des recommandations hautement personnalisées et personnalisables. Ces recommandations permettent à n'importe quel visiteur de trouver tous les objets qu'il adore et donc d'augmenter les ventes. Plus concrètement, les tests clients ont démontré que Prediggo est capable de booster le nombre de pages vues par plus de 80%. Et ce n'est que le début de l'aventure! - (MG/VS/JM)