

Les nouveaux chercheurs d'or de la Silicon Valley

Destination: la Californie. Ces entrepreneurs partent à la conquête du Web avec, dans leurs bagages, une idée, un projet, une start-up... et un optimisme à toute épreuve.

Silicon Valley

Pierre-Guillaume Hervéou,
cofondateur de Jogabo

Jérémy Melul,
cofondateur de Jogabo

Vincent Battaglia, chef
de produit chez Instaply

Vincent Van de Poll,
fondateur de UCreate3D

Carlos Diaz,
fondateur de Kwarter

Fabien Degaugue,
cofondateur d'Instaply

"En France, tu gagnes 10 fois ta mise en revendant ta start-up. Ici, tu la multiplies par 100"

Fabien Degaugue n'en est pas à son coup d'essai. Il a déjà créé et revendu un site Web à destination des entreprises lorsqu'il lance, en 2006, PeerPong, un outil de recherche basé sur les réseaux sociaux. A l'époque, le jeune entrepreneur originaire du nord de la France a l'ambition de créer «le prochain Google», rien de moins. Mais il se heurte rapidement à une première réalité, celle de l'argent. Il fait le tour des banquiers et des business angels parisiens, puis sollicite ceux des grandes capitales européennes. Malgré tous ses efforts, il ne parvient à lever que 200 000 euros, une somme largement insuffisante pour financer toute la recherche préalable au lancement. Lassé par la frilosité ambiante, il décide de tenter sa chance dans la Silicon Valley, La Mecque des entrepreneurs numériques. Une décision qu'il n'aura pas à regretter : emballée par son projet, la première personne qu'il rencontre en Californie lui signe un chèque. Au final, en trois ans, il lèvera 6 millions de dollars et revendra PeerPong en 2009 pour une coquette somme qu'il ne souhaite pas dévoiler. «Ce qui est impossible en Europe devient possible ici», commente-t-il.

Un écosystème unique en son genre. Comme Fabien, ils sont des milliers, issus de tous les pays, à migrer vers la mythique Silicon Valley. Une véritable ruée vers l'or version 2.0. L'an dernier, près de 50% des nouvelles start-up de la baie de San Francisco ont ainsi été créées par des étrangers : des Indiens et des Chinois pour la plupart, mais aussi des Européens. Et les Français ne sont pas à la traîne, puisqu'ils constituent la première communauté européenne sur place. Le profil de ces nouveaux chercheurs d'or ? Des diplômés de grandes écoles d'ingénieurs ou de commerce âgés de 25 à 35 ans, qui arrivent avec une entreprise, un projet, voire simplement une idée. Car ici, ils savent que le rêve peut se transformer en réalité : l'an dernier, San Francisco a investi près de 11 milliards de dollars dans les start-up, cinq fois plus que Tel-Aviv, son concurrent le plus sérieux, et vingt fois plus que l'ensemble du territoire français. Il faut dire que la Silicon Valley est un écosystème unique au monde : 6 000 entreprises de hautes technologies sont établies dans la région ; la quasi-totalité des géants du numérique (Google, Apple, Twitter...) y sont installés ; les investisseurs en capital-risque et les business angels prêts à financer des jeunes pousses s'y bousculent, ainsi que les ingénieurs de haut vol formés dans les prestigieuses universités californiennes de Stanford ou Berkeley.

Pour nos aventuriers des temps modernes, c'est aussi l'opportunité de s'attaquer à l'immense marché américain. Tous ont en tête des exemples comme celui d'Instagram, une start-up de 13 personnes fondée par un Brésilien, qui a été rachetée près de 1 milliard de dollars par Facebook en août 2012. Le jackpot ! «Là où, en France, tu gagnerais 10 fois ta mise, ici, pour

le même effort, tu la multiplies par 100», explique Carlos Diaz, qui a revendu BlueKiwi, sa start-up, à une grosse SSII l'an dernier (lire page 21).

Quand le destin s'en mêle... Avant de sauter dans un avion direction l'Ouest américain, nos entrepreneurs ont, pour la plupart d'entre eux, déjà trouvé un concept, voire développé une partie de leur application ou de leur site. Et ils ont épargné de quoi tenir quelques mois, le temps de trouver un investisseur ou des premiers clients. Certains ont même eu droit à un petit coup de pouce du destin, comme Vincent Van de Poll : ce Néerlandais de 28 ans travaillait depuis quelques mois sur son projet de start-up lorsque sa compagne a décroché un poste au consulat des Pays-Bas, à San Francisco (lire page 20). D'autres, sans rien planifier, décident de tenter leur chance, à l'image de Nicolas Guérin. Ce jeune homme de 35 ans, origi-

naire de Biarritz, s'est improvisé entrepreneur à San Francisco après avoir vainement tenté de percer dans le cinéma hollywoodien comme monteur, le métier qu'il exerçait en France. Il apprend sur le tas le développement et les fondamentaux de la création d'entreprise, et travaille sur plusieurs projets en parallèle. Il a ainsi créé Strobbr, une sorte d'Instagram qui permet de réaliser des séquences photos interactives, qu'il espère bien revendre à Nike ou à Red Bull.

Un monde cruel. Mais les désillusions peuvent aussi faire partie du voyage : au royaume des start-up, il y a beaucoup d'appelés et peu d'élus. Depuis la crise des «dot-com», en 2001, les investisseurs sont devenus beaucoup plus regardants et cherchent des entreprises aptes à générer du cash rapidement. «C'est assez cruel, cela fonctionne un peu comme Hollywood, commente Carlos Diaz. Parfois, le scénario est ▶

Fabien Degaugue (à gauche), créateur d'Instaply

ILS ONT DÉBAUCHÉ UNE STAR DE STANFORD POUR LES COACHER

J'apprends ici des choses que je n'aurais jamais apprises ailleurs", se félicite Fabien Degaugue. Cet ingénieur de 34 ans (ici accompagné de son chef de produit Vincent Battaglia) a déjà créé et revendu deux entreprises. Pour sa nouvelle société, Instaply, une application qui permet aux clients d'envoyer des SMS aux commerçants, il s'est adjoint les services d'Eugene Shteyn, professeur d'innovation à Stanford, qui l'accompagne sur les aspects liés aux brevets. "Avec des personnes d'un tel niveau, les discussions sont extraordinaires", commente Fabien Degaugue. Pourquoi s'être installé en Californie ? "Ici, les gens sont ouverts et accessibles. Même s'il n'est pas intéressé par votre projet, un capital-risqueur va prendre le temps de vous recevoir pour vous écouter et vous donner un feed-back : c'est inestimable."

PHOTO : FREDERIC NEUMA POUR MANAGEMENT





Vincent Van de Poll, **fondateur de UCreated3D**

LE BUSINESS ANGEL DE CE NÉERLANDAIS QUI DÉBARQUE DANS LA VALLÉE ? SA FEMME !

Sa start-up, UCreate3D, qui commercialise des coques personnalisées pour smartphones réalisées par impression 3D, vient de lever 25 000 dollars sous forme de précommandes sur la plateforme de financement participatif Indiegogo. Un bon début, même si le Néerlandais ne peut pas encore se rémunérer. Son meilleur atout ? Sa femme. C'est grâce à elle qu'il a pu réaliser son rêve de venir dans la Silicon Valley. Grâce au poste qu'elle a obtenu au consulat des Pays-Bas, à San Francisco, le couple a les visas nécessaires pour rester et... un revenu qui tombe chaque mois. Et c'est aussi elle l'investisseur numéro 1 dans l'entreprise de son mari.

► nul, mais l'entreprise trouve des financements car elle a une star dans son équipe – un ancien vice-président de Twitter, par exemple. Inversement, de bonnes idées de business ne trouvent pas d'investisseurs car elles ne sont pas assez visibles.»

Or pour les entrepreneurs, il y a urgence à trouver rapidement des fonds pour pouvoir tenir, car le coût de la vie dans la baie est très élevé : San Francisco est la troisième ville la plus chère des Etats-Unis. «Je paye 6 000 dollars par mois pour me loger avec ma femme et mes deux enfants», témoigne Carlos Diaz. Quant aux salaires, ils sont prohibitifs : plus de 100 000 dollars par an pour un jeune développeur tout juste sorti de l'école. «Les ingénieurs de la vallée ont l'embarras du choix, il y a pénurie ici. Résultat, il n'est pas rare

qu'ils vous lâchent au bout de deux semaines si on leur offre plus ailleurs», déplore Nicolas Guérin, qui s'est résolu à travailler avec des ingénieurs free-lance basés à Paris. Vincent Van de Poll a, quant à lui, délégué le design et le développement de son site à une équipe située en Bolivie.

Cafards et "warriors". Au quotidien, c'est la chasse permanente aux coûts : «C'est simple, confie Vincent Van de Poll, dès que mon associé me soumet une nouvelle dépense, mon premier réflexe est de répondre non, qu'on parle d'heures de développement ou de petits achats anodins.» Les moins fortunés ont recours à toutes sortes de combines : ils dorment à plusieurs par chambre, se rendent à des conférences gratuites pour profiter du buffet, touchent les allocations chômage ou le RSA jusqu'à ce que l'administration française s'en rende compte et les radie... Certains passent en mode «warrior» et vont jusqu'à dormir secrètement dans leur local de «coworking» afin d'économiser un loyer. «Plein de gens ont abandonné sur des projets similaires au nôtre, mais nous, on tient. On ne va pas mourir, on est des cafards!» s'amuse Jérémy Melul, cofondateur de Jogabo, une application dédiée aux amateurs de football (lire page 22).

Un bon moyen de subvenir à ses besoins est aussi d'effectuer des prestations de développeur pour des tiers. Nicolas Guérin consacre ainsi la moitié de son temps à sa start-up et l'autre à réaliser des sites pour

des entreprises américaines. Heureusement pour le chercheur d'or 2.0, dans la Silicon Valley, les occasions de faire des rencontres professionnelles sont légion : «meet up» (ateliers-conférences proposés par les espaces de «coworking» et les incubateurs), «demo days» (les start-up sorties d'un incubateur présentent leur projet en trois minutes montre en main), «hackathons» (des défis collectifs proposés aux développeurs avec une récompense à la clé)... Même dans les bars, il suffit de tourner la tête pour entendre des gens discuter de leur projet.

Auberge d'entrepreneurs. Lorsqu'il est arrivé à San Francisco, il y a un an, le Danois Christian Hansen ne connaissait personne et n'avait pas de projet précis. «C'était un peu fou de venir comme ça, la fleur au fusil, avoue-t-il. Mais j'ai croisé beaucoup de gens dans la même situation que moi, et les personnes que je rencontre me proposent de l'aide spontanément.» Il a d'ailleurs choisi de loger au Startup Basecamp, une auberge spéciale entrepreneurs, ce qui lui permet d'échanger avec d'autres orpailleurs du Web. Mais les jeunes créateurs ne craignent-ils pas de se faire piquer leur idée lorsqu'ils en parlent ? «Une idée ne vaut rien. Ce qui compte, c'est de la réaliser et, surtout, de la distribuer», tranche Nicolas Guérin. Ici, on n'hésite pas à approcher des grosses pointures, ceux qui ont «craqué le code», comme on dit ici : des super angels, des

"Pour aller vite, il faut avoir le ventre vide..."

entrepreneurs à succès ou des responsables chez Google ou Facebook. Même si le business model ne les convainc pas, ils prennent généralement le temps de s'y intéresser et de donner leur avis.

Course de lévriers. Les tâches à gérer sont multiples et les entrepreneurs ne comptent pas leurs heures. Chez Jogabo, tandis que Pierre-Guillaume Hervéou se concentre sur le code et Mehdi Djabri sur le design, Jérémy Melul doit prendre en charge tout le reste. Il recrute les stagiaires, anime la communauté d'utilisateurs, élabore le marketing de l'application, ►

Carlos Diaz, **fondateur de Kwarter**

APRÈS AVOIR REVENDU SA PÉPITE 20 MILLIONS D'EUROS, IL CREUSE UNE AUTRE GALERIE

J'ai commencé en division régionale, puis je suis monté en nationale et maintenant je joue en Ligue des champions!" plaisante Carlos Diaz. La métaphore footballistique convient bien au petit prodige de la communauté française de San Francisco. Un diplôme de littérature en poche, il monte une agence Web dans sa région natale du Limousin, qu'il revend en 2005. Dans la foulée, il fonde BlueKiwi, un réseau social d'entreprise, et s'installe dans la Silicon Valley. Bien lui en prend : en 2012, le géant Atos repère la pépète et la lui rachète pour la rondelette somme de 20 millions d'euros. La fièvre de l'or n'a toutefois pas quitté l'entrepreneur, qui travaille désormais sur Kwarter, une plateforme permettant d'interagir avec d'autres personnes pendant qu'on regarde un match à la télévision.



PHOTOS : FREDERIC NIEEMA POUR MANAGEMENT



PHOTO : FREDERIC NEUMA POUR MANAGEMENT

► rencontre des investisseurs... Le temps joue contre eux, car chaque jour qui passe voit les réserves de cash diminuer. «En France, comme les start-up bénéficient de beaucoup d'aides, on crée des labradores : ils ont le poil soyeux, mais ils sont un peu lents. Ici, on fabrique des lévriers : pour aller vite, il faut avoir le ventre vide», lâche Carlos Diaz.

Faire vite et pas très bien. Le concept en vogue depuis quelques années, c'est la «lean start-up», celle qui développe le plus rapidement possible chaque «brique» de son projet pour la confronter immédiatement au retour des utilisateurs. Chez Jogabo, il faut environ deux semaines pour concevoir une nouvelle fonctionnalité. L'équipe observe alors si les membres l'utilisent : si c'est le cas, ils l'améliorent, sinon, ils laissent tomber. «On doit constituer le puzzle, faire en sorte

Jérémy Melul et Pierre-Guillaume Hervéou, **cofondateurs de Jogabo**

ILS ESPÈRENT ATTEINDRE LEUR BUT GRÂCE À LEUR APPLI DÉDIÉE AU FOOTBALL

Avec ses associés, Pierre-Guillaume Hervéou (à droite sur la photo) et Mehdi Djabri, Jérémy Melul a lancé, il y a un an, Jogabo, une appli dédiée aux amateurs de football, qui leur permet d'organiser des matchs dans leur ville ou d'y participer. Entre le développement du site, l'animation de la communauté et les recherches de financement, les journées sont longues et stressantes. En attendant leur premier investisseur, les trois Français doivent se serrer la ceinture : pas de sorties, pas de vacances. Mais cela n'entame en rien leur optimisme, l'exemple d'Airbnb leur donnant toutes les raisons d'y croire : «Au départ, personne ne pensait que leur idée fonctionnerait, regardez ce qu'ils sont devenus...»

que ça marche, vendre le projet... On le referra proprement une fois qu'on en aura les moyens», décrit Jérémy Melul. Etant donné la pression et le volume de travail, le stress monte vite. Chacun utilise son truc pour l'évacuer. Pierre-Guillaume Hervéou se rend tous les jours à la salle de sport avec un ami développeur qui travaille dans le même espace de co-working. Nicolas Guérin pratique le surf le matin, avant de se mettre au boulot. Mehdi Djabri va se ressourcer à la mosquée, le soir, en rentrant du bureau. La réussite du projet passe aussi et surtout par un esprit collectif à toute épreuve. Il faut se serrer les coudes sans se décourager et se dire les choses avec franchise, sans peur de froisser l'autre, pour éviter de perdre du temps. «L'équipe, c'est plus important que le projet», estime Christian Hansen.

A toutes ces préoccupations s'ajoute celle du droit de séjourner aux Etats-Unis. Les chercheurs d'or commencent en général avec un visa affaires, qui s'obtient assez facilement mais n'est valable que six mois et n'est renouvelable qu'une fois. Pour cette raison, l'équipe de Jogabo va prochainement déménager à Buenos Aires, sans certitude de revenir un jour à San Francisco. Les entrepreneurs étrangers utilisent toutes sortes de combines pour pouvoir rester sur le territoire américain. Sur les conseils de son avocat, Nicolas Guérin est ainsi devenu stagiaire de sa propre société. Cette solution, à la limite de la légalité, lui a permis de rester un an et demi sur place. Puis il a entrepris les démarches pour décrocher un visa d'investisseur. Valable cinq ans, le sésame exige d'investir au moins 100 000 dollars dans une société américaine. Nicolas a donc placé dans sa propre entreprise les profits d'une année de consulting, auxquels il a ajouté 50 000 dollars d'économies personnelles. Sans compter ses allers-retours à l'ambassade des Etats-Unis à Paris, ni les frais d'avocat, de 5 000 dollars. «Un vrai parcours du combattant», commente-t-il.

Si, malgré toutes ces difficultés administratives et financières, nos chercheurs d'or tiennent bon, c'est qu'ils partagent tous une conviction : ils finiront tôt ou tard par trouver le bon filon. Nicolas Guérin s'est pourtant fait à l'idée que sa start-up pourrait bien se planter. Pas de quoi le décourager. «J'ai croisé des mecs qui ont échoué cinq fois avant de réussir», tempère-t-il. Le serial entrepreneur a de la suite dans les idées : il veut développer un site où des étrangers partageraient une chambre d'hôtel pour faire concurrence à Airbnb. Des versions bêta sont déjà en ligne.

Pas de repos pour les braves. Pour ceux qui parviennent à opérer une «sortie», c'est-à-dire à revendre leur société en touchant une belle plus-value, la fièvre de l'or ne retombe pas, au contraire. Ayant connu le cycle complet de la start-up, de la création à la revente en passant par la levée de fonds, ils peuvent capitaliser sur ce qu'ils ont appris. «Ça va beaucoup plus vite la deuxième fois», confirme Fabien Degaugue, qui s'est lancé il y a un an dans une nouvelle aventure entrepreneuriale. Convaincu que «le mail est en fin de vie», il a conçu Instaply, une plateforme de communication par SMS entre clients et entreprises, disponible pour le moment aux Etats-Unis, en France et en Belgique (lire page 19). Il a déjà rassemblé 500 000 dollars et «se prépare à lever davantage d'ici quelques mois». Son ami Carlos Diaz, qui a revendu son entreprise BlueKiwi pour 20 millions d'euros l'an dernier, aurait pu s'offrir des vacances prolongées. Mais, avant même que le rachat n'ait eu lieu, il avait déjà lancé Kwater, une application qui permet d'échanger entre supporters et de gagner des cadeaux pendant qu'on regarde un match à la télévision. «Nous sommes les seuls sur le créneau... peut-être parce que ça n'a aucun intérêt ! L'avenir nous le dira», confie le Français, à la tête d'une quinzaine de personnes. Faire tomber la fièvre de l'or n'est pas une mince affaire... ■

Thomas Lestavel

La chasse au visa de séjour leur prend du temps et de l'argent. S'ils reviennent bredouilles, ils sont obligés de rentrer en France.