

VoxM gère l'interaction média - public

ÉMISSIONS La start-up orléanaise VoxM propose aux médias une solution numérique pour améliorer les échanges avec leurs auditeurs, lecteurs ou téléspectateurs.

L'équipe de VoxM est installée à Orléans (Loiret). De gauche à droite : Clara Desprez, David Pastre, Franck Lecoq, Mathieu Langlois.



PAR RÉGIS DELANOË

IMAGINEZ : vous êtes chez vous en train d'écouter votre émission de radio préférée. Un débat vous intéresse et vous aimeriez apporter votre témoignage. Comment est-ce possible ? Certaines radios disposent d'un standard mais il n'est pas toujours efficace et peut vite saturer. Quant aux courriers ou mails envoyés aux journalistes, ils prennent trop de temps et peuvent se perdre. Restent les réseaux sociaux, eux aussi parfois aléatoires.

C'est en constatant cette difficile interaction que VoxM a été créé en décembre 2017 à Orléans (Loiret). « C'est l'un des cofondateurs, Franck Lecoq, qui a eu l'idée, explique Mathieu Langlois, associé en charge de la communication de la start-up. Son ancien travail l'obligeait à de nombreux déplacements et il a beaucoup écouté la radio.

Observant qu'aucune solution n'existait pour faciliter l'échange auditeurs-média, il a souhaité développer son propre outil. »

Avec Luis Belmard Letellier, il crée l'entreprise, bientôt rejoint par David Pastre, Mathieu Langlois et leur stagiaire Clara Desprez. Une équipe de cinq personnes bien décidées à s'ouvrir les portes d'un marché tout neuf. « Nous sommes les seuls en France et, à ma connaissance, les seuls à l'international à proposer un tel service », fait remarquer Mathieu Langlois.

Bientôt testé par Radio France

VoxM a conçu une solution informatique complète s'adressant non pas uniquement aux radios mais aussi aux chaînes de télévision et à la presse écrite. « Il s'agit d'un manager d'interactions. Cela fonctionne comme un outil que chaque média peut inté-

Le chiffre

10 000
 utilisateurs

grer à son propre site, son application et ses canaux de réseaux sociaux pour gérer et diffuser ses interactions. Messages et commentaires vocaux sont directement relayés aux journalistes qui peuvent les passer à l'antenne », développe Mathieu Langlois. VoxM facilite aussi la mise en relation pour participer à des jeux-concours, des sondages... L'ensemble de ces services est proposé gratuitement, avec des options payantes qui peuvent être facturées 79 à 299 €. par

mois. L'entreprise prélève une commission de 15 à 30% si le client instaure des interactions payantes pour le public.

« Une vingtaine de clients – essentiellement des radios régionales – font déjà appel à VoxM, ce qui représente environ 10 000 utilisateurs. Nous en visons 1 million d'ici deux à trois ans, annonce Mathieu Langlois. Un premier chiffre d'affaires devrait être annoncé en fin d'année, pour un objectif de rentabilité fixé à l'horizon 2022. »

Preuve que son concept séduit, VoxM va être testé par Radio France à la rentrée sur son réseau local : « Proximité et interactivité sont dans l'ADN de France Bleu, c'est cohérent avec notre projet », estime-t-il. Convaincus par la nécessité de mieux communiquer avec leur public en ces temps de distanciation sociale, d'autres groupes nationaux pourraient bientôt utiliser l'outil orléanais. ■

CONSEIL D'EXPERT



ANTOINE ROUSSEAU
 AVOCAT ASSOCIÉ DU CABINET
 PARISIEN ALERION

Quels partenaires privés pour financer son entreprise ?

BUSINESS ANGELS ou fonds d'investissement peuvent permettre à un dirigeant de donner une nouvelle dimension à sa société.

La crise affecte-t-elle la recherche de partenaires financiers ?

Dans le contexte actuel, trouver un financement bancaire peut être difficile. Les entreprises qui ont besoin de se développer rapidement au début de leur activité - phase d'amorçage - ou à un moment clé de leur croissance, peuvent avoir intérêt à se tourner vers des investisseurs privés. Seuls les projets les plus solides auront une chance.

À quels investisseurs faut-il faire appel ?

En dehors des banques et des financements publics, une entreprise peut solliciter deux sortes d'investisseurs externes. Il existe tout d'abord des business angels, également appelés investisseurs providentiels. Ce sont des personnes physiques regroupées le plus souvent en associations. Les business angels misent sur des sociétés à fort potentiel. L'autre grande catégorie est celle des fonds d'investissement, structures financières qui entrent au capital d'entreprises en apportant souvent des sommes importantes. Dans les deux cas, l'objectif est principalement financier, avec une plus-value espérée entre 5 et 7 ans. Certains groupements de business angels et de fonds d'investissement sont spécialisés par secteurs d'activité : pharmacie, industrie, nouvelles technologies, etc.

Comment convaincre un partenaire financier ?

La clé est de bien préparer son dossier, avec un business plan précis, un compte de résultat prévisionnel rationnel et un projet solide. Il faut ensuite stimuler son réseau et prendre contact avec plusieurs associations de business angels et fonds d'investissement susceptibles de correspondre. Le choix se fait généralement sur dossier puis en entretien. La sélection est rude : environ 5 % des demandes seulement aboutissent.

A quelle somme une entreprise peut-elle prétendre avec une telle opération ?

La fourchette est très large, avec un ticket compris entre 100 000 € et 3 M€, et au-delà pour les entreprises à fort potentiel faisant appel à des fonds d'investissement. Mieux vaut avoir une idée bien précise de la somme souhaitée dès la constitution du dossier.

La procédure dure combien de temps ?

Une fois la demande de financement acceptée, il se passe en moyenne 90 jours pour finaliser la procédure. Le cadrage est très strict, avec audit financier et opérationnel, négociation de la documentation juridique et formalisation du degré d'implication des investisseurs dans le fonctionnement de l'entreprise. Généralement, ils proposent un suivi régulier de l'activité et peuvent demander à intégrer un comité de surveillance faisant office d'organe de contrôle.

« LE PARISIEN LIBÉRÉ »,
 10 boulevard de Grenelle, CS 10817,
 75738 Paris Cedex 15 Tél.: 01.87.39.70.00.
 Société par actions simplifiée.
PIERRE LOUETTE
 Président et directeur de la publication.
SOPHIE GOURMELEN
 Directrice générale déléguée.
PRINCIPAL ASSOCIÉ : Ufipar (LVMH).

STÉPHANE ALBOUY
 Directeur des rédactions du « Parisien »
 et d'« Aujourd'hui en France ».
Commission paritaire : N° 0125 C 85979.
Rédaction en chef des suppléments :
 Jean-Louis Picot.
Rédaction : Virginie de Kerautem et Cyril Peter
 en collaboration avec Forum News.
Editing : Olivier Bossut.

Fabrication: Amandine Charbonnel.
Directeur de la publicité RH & Emploi :
 Muriel Petit. Tél.: 01.87.39.82.82.
 mpetit@lesechosleparisien.fr



Abonnement
 Le Parisien: 0.811.875.656.
 (Coût d'un appel local)