

Dans chaque numéro, une rencontre est organisée entre deux décideurs du Pays d'Aix. Parce que l'économie rep...



Marchés publics

Les institutions au service des start-up locales ?



FACE À FACE Frédéric Pithoud à gauche et Nicolas Drabczuk à droite.

Les jeunes pousses du Pays d'Aix sont aidées à l'amorçage, en pépinière, pour la recherche de terrains ou de locaux... Une fois en phase de commercialisation, sont-elles aussi soutenues par les collectivités locales et les établissements publics pour l'achat de leurs produits et services ? Frédéric Pithoud et Nicolas Drabczuk, respectivement fondateurs d'Editag et d'Anyces, sociétés high tech d'objets connectés et intelligents, à Meyreuil, évoquent leurs expériences.

Les clients institutionnels et du secteur public constituent-ils des enjeux importants pour votre activité ?

Frédéric Pithoud (FP) : Ce sont des marchés à fort enjeu car une partie de notre activité est liée à la culture, secteur où l'on trouve beaucoup d'opérateurs publics. En France et à l'étranger, nos contacts peuvent déboucher régulièrement sur des négociations avec des partenaires publics.

Nicolas Drabczuk (ND) : Oui. Nous travaillons avec des industriels qui sont en relation directe avec les opérateurs publics. Nous rencontrons aussi les collectivités pour présenter nos solutions, une manière de ne pas rester à la seule merci de la capacité commerciale de ces industriels. Notre premier contrat en cours de négociation avec la ville d'Aix-en-Provence concerne un marché de bornes d'accès rétractables en centre-ville. Nous sommes en pourparlers avec les élus, en lien avec Aximum, notre partenaire industriel.

Entre entrepreneurs, les négociations ont lieu « d'égal à égal ». Pour les collectivités publiques, en revanche, il y a les appels d'offres, la machine administrative... Comment aborder ces marchés ?

FP : Le secteur public est encore peu préparé à des business models innovants. Par exemple, les commandes publiques sont conçues pour acheter des biens et des services, pas des usages. Aujourd'hui pourtant, Airbus Helicopters ne vend plus d'hélicoptères mais des heures de vol. Michelin ne commercialise plus de pneus mais des kilomètres parcourus... Cette « économie de la fonctionnalité » a été rendue possible par le numérique. C'est une tendance lourde. Chez Editag, nous aimerions la proposer sur la base

que si nous voulions vendre uniquement un abonnement à notre service, cela ne marcherait pas. Par ailleurs, les collectivités publiques ne produisent pas de valeur. La seule manière de les convaincre, c'est de leur dire qu'on va leur faire réaliser des économies. Les élus sont souvent prêts à acheter mais l'appel d'offres est parfois si compliqué qu'ils reculent. Nous nous sommes rendus compte aussi à quel point les grands groupes pouvaient faire du lobbying auprès des institutions...

“ On ne peut pas exiger d'une collectivité, parce qu'elle nous a aidés à nous installer, d'acheter nos produits ou services. Ce n'est envisageable que si cela correspond à un réel besoin ”

Nicolas Drabczuk

notamment de notre technologie innovante moontag® et même mutualiser nos services entre différents clients. Mais il est compliqué de vendre un usage de service aux opérateurs publics qui sont ancrés dans des logiques d'investissement.

ND : D'abord en nous associant avec des industriels. Aximum nous a clairement indiqué

Vos business sont nationaux, voire internationaux. Observez-vous des différences de traitement entre les régions françaises et les pays ?

ND : La proximité est peut-être plus forte à Paris entre les start-up et les institutionnels. Mais je constate qu'il y a à Aix un gros effort de



© Jean-Louis

communication sur ces sujets, et que le territoire fait beaucoup pour se rapprocher des entreprises innovantes.

FP : Personnellement, j'observe une meilleure aptitude des acheteurs du secteur public à l'étranger. Il y a plus de souplesse et de réactivité. La chaîne de décision est assez rapide, comme en Allemagne ou dans les pays scandinaves. En France, il faut au minimum six mois pour aboutir à quelque chose. Je veux parler aussi de patriotisme économique. Ce n'est pas un gros mot ! J'ai vécu plusieurs années aux États-Unis. Un acheteur texan

correspond à un réel besoin. Mais parfois des start-up n'osent même pas se positionner sur des appels d'offres locaux car elles croient tout simplement que c'est trop compliqué !

FP : Oui sur le territoire mais il n'y a pas d'automatisme ! En réalité, quitte à paraître un peu radical, une entreprise n'a pas besoin d'aides mais de business. La vente de notre solution RFID au musée Granet, à Aix-en-Provence, a été possible parce que nous avons fait un double travail commercial auprès du musée et de l'installateur local qui a répondu à l'appel d'offres.

“ Il est certain que lorsque nous dévoilons notre technologie au musée Granet à des clients étrangers, dans cette ville éminemment culturelle, les choses deviennent ensuite plus faciles ”

Frédéric Pithoud

va acheter américain, et même texan. En France, il existe un frein culturel et psychologique. Au niveau local, on craint le copinage et le favoritisme, même si on a l'offre qui apporte le plus de valeur. Je n'ai jamais vu par ailleurs dans un appel d'offres un dispositif qui recommande explicitement de donner la priorité aux sociétés innovantes.

N'y a-t-il vraiment rien dans les marchés publics qui joue en faveur des petites structures ou des start-up ?

FP : Il existe le Pacte PME*, un accord passé entre grands comptes français pour accompagner et favoriser la relation avec des PME fournisseurs. C'est une responsabilité sociétale de la part de ces majors de le faire.

ND : Pour moi, c'est un vœu pieux car certains membres ne jouent pas le jeu. J'ai eu un contact avec un grand transporteur qui n'a jamais abouti. A la place, il a lancé un concours d'innovation pour tenter d'obtenir à moindre frais une solution technologique similaire à la nôtre...

Les collectivités publiques se battent pour accueillir des entreprises innovantes, à coup d'aides et de subventions. Sont-elles aussi réactives lorsqu'elles ont l'opportunité de devenir vos clients ?

ND : On ne peut pas exiger d'une collectivité, sous prétexte qu'elle nous a aidés à nous installer ou à grandir, qu'elle achète nos produits ou services. Ce n'est envisageable que si cela

Néanmoins, en quoi est-ce important qu'une collectivité qui vous accueille sur son territoire soit acheteur de vos prestations ?

FP : C'est fondamental pour la première référence. A partir de là, on peut la montrer, communiquer... Il est certain que lorsque nous dévoilons notre technologie au musée Granet à des clients étrangers, dans cette ville éminemment culturelle, les choses deviennent plus faciles !

ND : Par rapport à notre système électronique installé sur les bornes rétractables, la collectivité joue le rôle de Facebook ! Tous les utilisateurs vont ainsi découvrir localement l'application Anyces.

Une fois le service vendu, comment se passe la relation avec l'opérateur public ?

FP : Une des difficultés est la maintenance. A ce moment-là, rebelote : nouvel appel d'offres et contrat passé avec une société de services. Tant qu'il n'y aura pas de contrat d'usage avec le fournisseur originel, ce sera compliqué pour nous. Là aussi, nous avons moins de soucis à l'étranger.

* L'article 26 de la loi de modernisation de l'économie (LME) de 2008, avait aussi instauré un dispositif expérimental incitant les acheteurs publics à favoriser l'accès aux PME innovantes aux appels d'offres publics. En avril 2013, le pacte national pour la croissance, la compétitivité et l'emploi stipule qu'au moins 2% de la commande publique de l'Etat, de ses opérateurs et des hôpitaux soient effectués auprès d'entreprises innovantes.

IDENTITÉS

Meyreuil

Editag

“ Créée en 2007, la PME fabrique des systèmes d'objets connectés professionnels dédiés à la supervision des biens pour leur sécurité et traçabilité. Elle met au service des marchés industriels et culturels des solutions pour améliorer les flux de production, stabiliser et simplifier les processus d'inventaires et de maintenance, perfectionner la traçabilité des transports et du stockage et sécuriser les biens de valeur. Investie dès l'origine dans le secteur de la culture, Editag propose monolitag, une solution électronique et logicielle de supervision globale des œuvres. Elle a obtenu des contrats avec le musée Granet, le MUCEM et le Louvre-Lens. Elle s'est depuis diversifiée vers le secteur de l'industrie 4.0, où elle propose un contrôle global et intelligent des biens à l'aide d'une technologie de tags RFID exclusive Imoortag®. Avec 12 salariés, l'entreprise, membre du pôle de compétitivité SCS, a réalisé 700 000 euros de CA en 2014, dont 30% à l'export. Les marchés publics représentent aussi 30% de son activité. ”

Editag
Europarc, Sainte-Victoire
Bât. 6
13590 Meyreuil
www.editag.eu

Meyreuil

Anyces

“ Fondée en 2011, la start-up conçoit des solutions technologiques pour rendre les objets communicants et pouvoir ainsi, à distance, les piloter, réguler, détecter ou gérer des droits d'usage. La société intervient notamment dans les secteurs du bâtiment et de la mobilité (automobile, mobilier urbain, parkings...) et s'investit dans le domaine de la santé et du bien-être. Une de ses technologies, Anyset, permet aux appareils électriques de devenir « intelligents » et de pouvoir dialoguer avec leurs utilisateurs à distance via un téléphone portable, sans connexion Internet. Les applications portent aussi sur la commande d'accès aux parkings depuis un mobile ou de chauffage à ultra distance par SMS. Son système équipe des bornes rétractables d'accès à la voirie urbaine, en partenariat avec l'industriel Avium, objet de négociations avec la ville d'Aix-en-Provence. L'entreprise Anyces emploie 7 personnes et a été lauréate en 2014 du prix de la start-up innovante lors du concours de la CPA, « Créer » en Pays d'Aix. ”

Anyces
100, route des Houillères
Z1 du Pontet, BP2
13590 Meyreuil
www.anyces.com