

Algolia : "Dans notre industrie, pour avoir du succès, il faut être Américain"

Créée par deux Français et basée à San Francisco, Algolia est ce qu'on appelle communément une pépite dans le jargon de la tech. Elle vaut désormais 2,5 milliards de dollars après une levée de 150 millions de dollars. Julien Lemoine, co-fondateur et directeur de la technologie, nous a parlé de Bourse mais surtout de Covid-19, d'emploi et de futur du travail.

Temps de lecture : minute

28 juillet 2021

Éditrice d'une plateforme SaaS permettant aux entreprises d'améliorer l'expérience de recherche des utilisateurs sur leurs sites internet ou applications mobiles, Algolia avance au rythme d'une fusée dans l'univers du logiciel. Son interface de programmation (API), qui permet à n'importe quel développeur souhaitant créer une expérience de recherche de l'implémenter facilement et rapidement, est déjà utilisée par plus de 7000 entreprises dans le monde — dont Twitch, Lacoste, Medium ou Stripe.

Créée par deux Français, Julien Lemoine, chief technology officer, et Nicolas Dessaigne, qui a quitté son poste de CEO tout en restant au board il y a un an, Algolia vaut désormais 2,5 milliards de dollars. L'entreprise, qui aura créé 500 emplois en moins de dix ans, vient d'annoncer un nouveau tour de table de 150 millions de dollars mené par Lone Pine Capital, Fidelity Management & Research Company LLC, Steadfast Capital Ventures, Glynn Capital, Twilio, et des investisseurs actuels dont Accel et Salesforce Ventures.

Au total, depuis sa création, la scaleup a collecté 315 millions de dollars. Notons que le fonds français Alven, qui a investi en 2013 lors de l'amorçage, aux côtés de Thibault Elzière ou du fonds anglo-saxon Index, est toujours présent au capital. C'est ce qu'on appelle avoir le nez creux.

Ce que va faire Algolia de tout cet argent ? Recruter. Peut-être réaliser de l'acquisition externe comme en début d'année avec un rachat en Roumanie. Investir dans la technologie. Et éventuellement préparer une introduction en Bourse. *"On essaie de garder toutes les options ouvertes, levées de fonds ou IPO. Ça va dépendre de notre degré de maturité. Il y a désormais un marché pour des IPO plus tardives car il y a beaucoup d'argent disponible chez les investisseurs"* , explique s Julien Lemoine à *Maddyness*, citant les exemples de Stripe, Dropbox ou Airbnb.

Si avec ce tour de table Algolia est confortée dans ses ambitions mondiales, l'entreprise n'est plus la même qu'avant la pandémie. Covid-19, management, gestion de ressources humaines et même politique, le dirigeant quadragénaire a accepté de sortir de la communication habituelle autour des levées de fonds.

Qu'est-ce qui pourrait vous empêcher dans un horizon assez proche de vous lancer dans une procédure d'introduction au Nasdaq ?

Il peut y avoir plusieurs raisons comme un retournement des marchés qui ne seraient plus aussi positifs qu'en ce moment ou un investissement sur un sujet qui change la vision de l'entreprise et qui mériterait qu'on se donne du temps. Sur le marché privé du capital-risque, on parle à des experts. Sur le marché public, de la Bourse, on parle au monde entier. Il faut un discours accessible, une vision léchée. Il faut être capable d'avoir cette position.

Vous avez créé Algolia en France en 2012 avec Nicolas Dessaigne avant de rapidement installer le siège de l'entreprise aux États-Unis après votre

passage chez Y Combinator. Aviez-vous finalement le choix ?

Dans notre industrie, pour avoir du succès, il faut être Américain. Tous les éditeurs de logiciels sont cotés aux États-Unis. C'est là-bas que les activités sont comparables. Il n'y pas 50 Bourses tech qui sont suivies. Les analystes, les banques d'affaires scrutent les cotations du Nasdaq.

La réalité c'est que les entreprises cotées à Paris sont belles. Je ne remets pas en cause leur statut mais elles sont plus sur une exécution pour un grand marché national. Dans ce cas, on peut se permettre d'être coté en France.

Le siège social d'une entreprise innovante est-il finalement symbolique ?

Quand on est une entreprise avec une activité mondiale, quelque part on peut dire ça, oui. Et ce sera encore plus symbolique demain, avec des gens qui travaillent de partout. Le siège social, c'est un sujet politique. C'est une bataille d'il y a trois générations. Si on est franc, les sociétés ne sont plus engagées dans une course aux bénéfices. Ils sont tous réinvestis pour la croissance future. Les investisseurs sont rémunérés par l'augmentation du capital, pas sur les dividendes.

Le siège social, c'est un sujet politique. C'est une bataille d'il y a trois générations.

De nombreux États sont encore sur un mode de réflexion du lieu d'implantation du siège social car ils réfléchissent en termes d'impôt sur les bénéfices. Le débat et la bataille devraient porter davantage sur les emplois : les charges sur les salaires rapportent de l'argent aux États. Le vrai sujet c'est l'endroit où une entreprise paie ses salariés.

Et aujourd'hui, justement, 18 mois après le début de la pandémie de

Covid-19 qui ont chamboulé la vie des entreprises et installé le télétravail, où se trouvent les salariés d'Algolia ?

En majorité en France (250 sur près de 500, *ndlr*), mais on a vu un réel impact de la crise sanitaire. Le monde d'avant n'existe plus. Auparavant, quand on décidait de se développer chez Algolia, on créait une entité, des bureaux, avec des tailles critiques. On est arrivé à six bureaux. Avec la pandémie et les confinements, on s'est demandé ce que voulaient nos employés. Nous avons proposé trois choix aux équipes : travailler à distance tout le temps sans être rattachés à un bureau ; en *partial remote* avec une présence 1 à 2 jours par semaine et un retour au bureau.

Les sondages ne sont sans doute pas la meilleure manière d'avoir des infos claires et transparentes mais cette méthode nous a néanmoins fait remonter de vrais sujets : les gens voulaient de plus en plus de la flexibilité et une minorité voulait pouvoir travailler à distance, sans être attachés à un bureau. Résultat, en grande majorité, on est passé dans un mode hybride remote où les gens viennent de temps en temps.

Concrètement, en France, on a vu des salariés partir en province. On a aussi vu des salariés étrangers ébranlés par ces confinements. Nous comptons 20 nationalités chez Algolia. Pour la plupart, ils habitaient en France dans un monde où ils pouvaient voyager, et tout d'un coup ce n'était plus possible. Ça a changé leur mode de pensée. Ils ont réalisé qu'ils ne pouvaient pas être éloignés de leur famille pendant plus d'un an. Ça a modifié la manière de vouloir revenir dans leur pays d'origine.

On a aussi demandé aux managers comment ils désiraient voir l'évolution des équipes. Leur réponse a été limpide : ils veulent embaucher les talents, peu importe où ils se trouvent.

Concrètement, quelles ont été les changements opérés pour parvenir à ce fonctionnement hybride ?

Nous avons établi avec les services juridiques et ressources humaines une liste des pays dans lesquels nos salariés pouvaient travailler sans problème. Il ne doit y avoir aucun problème avec la législation en place. On a désormais une liste de 20 pays dans lesquels nous pouvons embaucher. Résultat, en plus de nos 7 bureaux existants (*trois aux États-Unis, un à Paris, un à Londres, un à Tokyo, un à Bucarest suite à un rachat, ndlr*), nous avons des salariés aux Pays Bas, en Australie, en Allemagne, en Espagne, au Canada. Notre CEO Bernadette Nixon, arrivée au printemps 2020, a toujours travaillé depuis Boston où nous n'avons pas de bureau. Que l'on soit sur une terrasse, au bureau, sur un bateau : l'important c'est que le travail soit fait.

Moi-même, mes enfants ne m'auront jamais autant vu que depuis 18 mois. Ils vont avoir du mal à me voir repartir. (*sourire*)

Certains sociologues pensent que le bureau aura demain une fonction de prestige compte tenu des habitudes prises avec le télétravail. Qu'en pensez-vous ?

Avec cette crise sanitaire, les entreprises font une expérience à l'échelle 1, sur un plan mondial. Nous ne sommes qu'au début et on teste tous les conséquences mais on ne retrouvera pas le même bureau qu'avant. Ou alors, ce sera compliqué en termes de gestion et de recrutement des salariés pour les sociétés qui décident de faire ce choix. Quand dans certaines entreprises, des salariés devaient prendre une demi-journée pour récupérer un colis ou attendre le passage d'un réparateur, ce ne sera plus tolérable.

C'est la réalité : le télétravail a prouvé qu'on pouvait prendre du temps pour soi sans dégrader son travail. Au contraire. Il a apporté énormément de choses positives et mis aussi en avant des travers de la vie de bureau comme le fait de trouver des salles de réunions... (*rires*)



À lire aussi

Comment Revolut a pérennisé le télétravail pour 2000 personnes

On s'est évidemment posé la question de conserver nos bureaux mais compte tenu de la formule choisie par la majorité des salariés, nous les avons gardés. À Paris, nous sous-louons une partie de l'espace. Nous ne sommes pas dans une logique économique. On le fait car cela a du sens. On va voir comment ça évolue.

Comment avez-vous fait pour embarquer plus de 400 personnes alors que, par essence, une entreprise est une somme de situations individuelles ?

Je n'ai pas la prétention de dire que nous avons une recette toute faite ou que nous détenons la clé. C'est impossible d'éviter les insatisfaits, tellement il existe de situations individuelles. Sur le télétravail, ça a fonctionné globalement mais ce n'est pas la solution magique pour tout le monde. Quand on est tout seul dans un petit studio, que l'on ne voit personne, c'est dur. Même à 24 ans. On a vu des gens déprimés au printemps 2020. C'est plus dur de tourner en rond dans un studio d'une

grande ville que d'être dans une maison, même avec enfants. Ce sont d'autres challenges mais au moins, on voit du monde. C'est aussi peut-être plus facile quand on a déjà de l'expérience que quelqu'un qui est tout juste diplômé.

La réussite d'un modèle dans la période actuelle passe par des personnes flexibles et par le fait de laisser la possibilité de choisir. Il ne faut pas imposer. Il faut laisser les salariés choisir parmi plusieurs options, des options que la structure peut absorber évidemment. On a laissé nos équipes réfléchir et décider de leur équilibre entre leur travail et leur vie personnelle.

Comment parvenez-vous à faire travailler ensemble deux personnes qui sont sur des fuseaux horaires complètement décalés ?

C'est un sacré challenge. Par rapport à Paris, Tokyo c'est +9h et San Francisco, - 9h. Les réunions c'est la mauvaise solution. Il faut les minimiser et savoir travailler de façon asynchrone sur les sujets. C'est très satisfaisant et même excitant de voir un sujet qui s'est développé dans la nuit quand on rallume son ordinateur le matin. C'est très *challengant*. Ça demande beaucoup plus de culture de l'écrit, avec des échanges documentés. Les développeurs adorent ce fonctionnement. C'est plus naturel pour eux.

Après 18 mois de télétravail obligatoire ou tout du moins fortement recommandé, on commence à percevoir des effets négatifs sur le moral de salariés et managers. Le rôle de l'entreprise est déterminant et devrait l'être de plus en plus. Quelles dispositions avez-vous prises chez Algolia ?

C'est un sujet vraiment complexe. On essaie de faire des choses, à notre niveau, avec des sessions d'écoute. On utilise aussi des solutions comme Modern Health, l'équivalent de Moka Care en France.

Nous avons aussi mis en place une *task force* afin d'identifier les risques

de burn out. Dans le monde du télétravail, la séparation entre vie privée et vie pro est moins nette, notamment pour les salariés seuls chez eux. On n'a pas de réponse parfaite mais on essaie de trouver solutions à ces sujets de santé mentale.

Article écrit par Thomas Giraudet