

Paiement mobile, conduite du changement... comment Orange Ventures accélère l'innovation

Acteur majeur du numérique en France et dans le monde avec une présence dans plus de 25 pays, Orange soutient l'innovation en accompagnant les startups les plus prometteuses. En ayant les moyens de développer leurs solutions, celles-ci peuvent ainsi répondre aux grands enjeux sociétaux et technologiques actuels, en mettant sur le marché des technologies innovantes.

Temps de lecture : minute

11 octobre 2021

À problématiques précises, il faut des solutions précises. Ce pourrait être l'adage d'Orange Ventures. Présent à Paris et à Dakar, doté d'une enveloppe de 350 millions d'euros, ce fonds investit dans des startups qui opèrent dans les domaines d'expertise d'Orange, que ce soit l'entreprise digitale, les réseaux et l'IT, la cybersécurité, les Fintech, ou plus récemment les médias avec Brut, les marketplaces ou encore la e-santé. Orange Ventures opère également un véhicule d'investissement à impact qui se focalise sur les verticales de l'inclusion, du climat et des soins aux personnes. " Avec la création, début 2021, du fonds de capital-risque Orange Ventures, l'idée était de créer un nouvel écosystème gagnant-gagnant entre des startups très agiles et un grand groupe comme Orange, capable de mobiliser des expertises métiers et de créer des synergies commerciales fortes ", précise Jérôme Berger, président et managing partner d'Orange Ventures.

Présent lors de la Maddy Keynote, qui s'est tenue le 14 septembre dernier au Ground Control à Paris, Orange Ventures a ainsi pu présenter deux

projets soutenus, en invitant leurs fondateurs à venir pitcher leurs solutions et à expliquer les synergies qu'un investissement par un corporate venture permet.

InsideBoard, une plateforme de conduite du changement

Michaël Bentolila, diplômé de HEC et ancien conférencier sur la conduite du changement à l'ESCP et à l'Université Paris-Dauphine, a cofondé avec son frère Yoann InsideBoard en 2014, dont il est par ailleurs le CEO. Avec sa plateforme basée sur de l'intelligence artificielle, cette jeune pousse aide les entreprises à engager leurs transformations digitales ou RSE, et à en mesurer le succès. Elle comptabilise, à date, plus de 150 000 utilisateurs dans le monde.

Michaël Bentolila observe : *" Les entreprises investissent sur leurs équipes, à travers de nouveaux process, à travers de nouveaux projets IT, à travers des programmes de formation, sans savoir comment mesurer le retour sur investissement de cette transformation. Dès lors, comment y parvenir ? "* C'est pourquoi InsideBoard capitalise sur les membres de l'équipe, en les rassemblant autour d'une mission précise et en leur assignant des indicateurs de performance. De quoi les guider dans leurs actions vers la performance attendue tout en les motivant.

Grâce aux KPI, il est en outre possible de nourrir en données un logiciel d'apprentissage automatique qui va fournir, dans un second temps, une évaluation des progrès à réaliser, en fonction du profil, du parcours, des actions et des initiatives de chaque personne. Un outil précieux pour monitorer le changement.

Exit les formations top-down, non adaptées à tous, adieu la communication descendante. L'atout majeur d'InsideBoard tient dans l'horizontalité et dans " *une démarche intégrée, collaborateur centric, construite selon les indicateurs de succès propres à chaque entreprise* " afin de transformer chaque collaborateur en acteur du changement. Dans un contexte où le réchauffement climatique pousse les entreprises à devenir vertueuses, et où la transformation numérique bouleverse les processus de travail, InsideBoard permet d'inventer de nouveaux modèles collaboratifs pour que chaque maillon de la chaîne participe aux transformations en cours.

" C'est très important pour nous d'avoir comme actionnaire Orange Ventures et le groupe Orange à nos côtés car cela nous permet de travailler avec des grands comptes, analyse Michaël Bentolila. Ils nous font rencontrer les bonnes personnes. Ils peuvent mobiliser des experts pour nous conseiller sur chaque maillon de notre business model. Enfin, dès le départ, ils ont eu la volonté de faire de nous un partenaire à part entière, ce qui nous a permis de développer des offres communes. "

Famoco, une solution de paiement ultra-sécurisée

De son côté, le serial entrepreneur Lionel Baraban a créé Famoco en 2010. Cette startup parisienne propose des solutions de paiement à distance et de sécurité mobile. Elle commercialise une technologie qui vient équiper les terminaux Android afin de pouvoir les contrôler à distance depuis une plateforme SaaS, dans un environnement entièrement sécurisé.

Lionel Baraban explique : " *Notre solution répond à de nombreux usages. Ça peut être du contrôle d'accès, de l'identité, du ticketing, de la banque digitale, du e-commerce, des boutiques mobiles, de la e-money... On travaille, par exemple, avec le programme alimentaire mondial, géré par*

les Nations-Unies, en digitalisant la totalité des coupons alimentaires afin de les rendre plus facilement accessibles aux populations concernées. Il faut savoir qu'en Afrique, 97% des connexions à internet se font via un smartphone. Actuellement, nous équipons plus de 50 millions de bénéficiaires, qui sont pour l'essentiel des réfugiés. Nous pouvons ainsi distribuer pour environ 1,5 à 2 milliards d'euros de transactions de coupons alimentaires dans à peu près 42 pays. Notre utilité est réelle. "

Cette solution prend tout son sens pour répondre aux enjeux d'inclusion et d'agilité numérique dans un monde où la fracture numérique reste béante. Elle permet également de simplifier la numérisation d'un grand nombre de services, comme le télépaiement, qui seront incontournables dans les prochaines années. Famoco compte d'ailleurs bien tirer son épingle du jeu. Sa force ? Son très haut niveau de protection des données et sa capacité à pouvoir réaliser un vaste panel d'opérations.

" La vision que nous partageons avec Orange, c'est celle de la data privacy. Et nos solutions garantissent que toutes les métadonnées générées par cette digitalisation - ce nouvel or numérique - n'appartiennent pas nécessairement à Google. Nos appareils ne sont pas là pour espionner les utilisateurs mais pour améliorer la transaction et Orange nous aide à faire émerger ce nouveau paradigme ", conclut Lionel Baraban.

Maddyness, partenaire média d'Orange

Article écrit par Maddyness, avec Orange