

“La donnée irrécupérable des startups, c’est le temps”

Orange Fab France dévoilera bientôt les jeunes pousses sélectionnées pour la saison 2 de « Women Start ». L’occasion de faire le point avec Pascal Latouche, directeur d’Orange Fab France et du réseau des 16 Orange Fabs, sur « Women Start », programme international d’accompagnement 100% féminin, résolument axé business.

Temps de lecture : minute

30 septembre 2019

“Une startup, c’est d’abord un projet de vie qui doit vous permettre de manger à la fin du mois”. Pascal Latouche, directeur d’Orange Fab France Accelerator, est un homme passionné par les startups... mais tout aussi lucide quant à leur besoin d’accélérer vite, et bien.

Depuis 2013, celui-ci est à la tête d’Orange Fab France, une offre d’accompagnement qui s’inscrit dans un réseau international de 16 accélérateurs nationaux répartis sur 4 continents. L’idée est de faire naître des startups en local et de les aider à se développer à l’international : *“On va chercher à établir des partenariats commerciaux entre les lignes de marché d’Orange et des startups, mais aussi entre ces dernières et des partenaires d’Orange. Pour les plus prometteuses, on va les exporter à l’international en s’appuyant sur les autres Fab. D’ailleurs pour les exporter à l’international, il faudra tenir compte de données à la fois business, culturelles, réglementaires, ... ”*, explique Pascal Latouche.

Un taux de transformation commercial de 80 à 100%

Au sein de ce réseau, l'accélérateur business de startups d'Orange compte trois programmes d'accélération : " Original " (produits et services marketing), " Telecom track " (infrastructures et réseaux), et " Women start " (produits et services marketing, CEO Femme). Dans chacun d'entre eux, les jeunes pousses sélectionnées bénéficient de l'expertise des mentors internes et externes du groupe, d'un accès à un espace de travail dédié, d'une enveloppe de 15 000 euros ainsi que d'un coaching managérial durant toute la période d'accélération, le tout avec un objectif central : la signature d'un partenariat commercial entre la startup et une business unit d'Orange dans les trois premiers mois.

“On est aujourd’hui sur un taux de transformation commercial de 80 à 100% dans chaque programme”, précise Pascal Latouche, qui rappelle qu’il ne faut pas s’arrêter à une dynamique gagnant-gagnant commerciale. “Les startups ont un rôle majeur à jouer dans la transformation interne des grands groupes. On veut que nos salariés fassent également évoluer leur manière de penser. Et notre rôle, c’est de gérer le mariage entre ces deux mondes”.

Une recette qui semble attirer les jeunes pousses, au vu des résultats de la première saison de Women Start, lancée au second semestre 2018.

Women Start, calque du programme Original version féminine

Le programme, qui propose aux femmes fondatrices ou co-fondatrices de startups un accompagnement au développement de leur business, avait reçu 350 candidatures dont la moitié venait de l'international. Et parmi les 9 startups sélectionnées, 7 ont aujourd'hui concrètement signé un

partenariat avec Orange. Un succès qui a poussé Orange Fab France à enchaîner sans hésiter sur une seconde saison, qui débutera en octobre 2019.

Mais pourquoi avoir lancé une offre d'accompagnement entièrement dédiée aux femmes ? *“On a été surpris de constater que moins de 10% des candidatures enregistrées sur le programme original étaient portées par des femmes. Nous avons donc décidé de décliner ce même programme en s'adressant aux femmes, et ça a parfaitement fonctionné”*, raconte Pascal Latouche, qui déplore un vrai problème d'autocensure de la part des femmes dans le numérique. *“Je fais partie de ceux qui pensent qu'il faut que la place des femmes de l'entrepreneuriat progresse. C'est vrai dans les grandes organisations, c'est vrai aussi dans les startups. Et je trouve dommage que certaines entrepreneures ne se sentent pas assez légitimes pour candidater à des programmes mixtes”*.

[En savoir plus sur Women Start](#)

Un programme qui fait écho à la politique d'Orange sur le sujet, en France et à l'international. Du programme Maisons Digitales, à l'initiative *“Les rencontres numériques pour elles”*, en passant par ses partenariats avec La Ruche et Simplon autour des programmes *“Les Ambitieuses”* et *“#Makeuses”* et le programme #FemmesEntrepreneuses lancé en octobre 2018, le groupe appuie, chaque jour, son soutien aux femmes du numérique. *“Tout ça anime, évangélise, et contribue à une meilleure reconnaissance des femmes dans le monde du numérique et une meilleure appropriation du secteur”*, confirme Pascal Latouche.

Une accélération business pure et dure

Attention cependant, Women Start n'est pas pour autant un énième

programme dont le seul argument est d'être adressé aux femmes. Comme pour les deux autres offres proposées par Orange Fab France, le business est la clé d'un accompagnement réussi : *“On n'est pas là pour faire de l'accompagnement social. Je leur dis : Tu as une proposition de valeur, j'ai un problème. Quand on commence l'accélération, on sait exactement où on veut aller ensemble. Ça ne m'est jamais arrivé d'envoyer un dossier à un Business Unit sans avoir ultra qualifié la startup en amont”*, indique Pascal Latouche.

Ici, pas de nombre de startups défini, Women Start se donne la possibilité de prendre autant de startups qu'il y a de projets sérieux. *“La question des moyens se posera après”*. Les jeunes pousses sélectionnées doivent en revanche justifier d'un produit ou d'un service commercialisé et commercialisable, avec une certaine stabilité au niveau du capital, ainsi que d'une équipe cohérente.

Mais là où Pascal Latouche semble être le plus pointilleux, c'est sur la réactivité de la startup. Il faut que le CEO soit capable de prendre des décisions rapidement, pour gagner en efficience : *“La donnée irrécupérable, c'est le temps. Toute journée durant laquelle un objectif n'aurait pas été atteint, c'est une perte de temps. Il faut être habité par le temps”*, explique-t-il.

Même constat du côté du groupe, auprès duquel le directeur d'Orange Fab France s'applique à faire en sorte que l'opérationnel et le décisionnel soient réactifs : *“Il ne faut pas faire perdre de temps aux startups, c'est mortel. Autant le grand groupe peut perdre 6 mois, il s'en remettra, mais une startup, non. Une startup c'est d'abord un projet de vie qui doit vous permettre de manger à la fin du mois.”*, conclut-il.

Maddyness, partenaire média d'Orange

Article écrit par Maddyness, avec Orange