

L'EIT Digital Challenge : un tremplin vers l'international

Depuis 7 ans, l'EIT Digital Challenge récompense les scaleups européennes de la Deeptech les plus prometteuses. Plus qu'un concours, il s'agit d'un véritable tremplin vers l'international comme l'explique la startup Zelros, lauréate de l'édition 2019.

Temps de lecture : minute

25 mai 2020

Rares sont les concours qui s'adressent uniquement aux acteurs de la Deeptech, qui plus est, au niveau européen. C'est ce qui a poussé Zelros à participer à l'EIT Digital Challenge l'an dernier. Lancée en 2016, la startup est un éditeur de logiciel en mode Saas utilisant l'IA pour accompagner les acteurs de l'assurance dans deux de leurs principales fonctions : la vente et la relation client.

Le produit de Zelros est un logiciel dont les algorithmes analysent les données clients et recommandent aux conseillers des produits et conseils à mettre en avant en fonction du profil de l'assuré. L'entreprise utilise également une technologie de "computer vision" capable de lire et d'analyser des documents écrits (pièces justificatives, fiches d'informations, déclarations...). *"Cette solution permet ainsi d'automatiser les souscriptions ou le traitement des sinistres"*, indique Laure Damoiseau, Head of Marketing chez Zelros. Après trois ans à peaufiner et développer son offre sur le territoire français, Zelros envisage de se lancer à l'international et entend parler de l'EIT Digital Challenge.

"Nous étions une scaleup en plein développement avec l'ambition de nous lancer en Allemagne, le timing était parfait. La possibilité d'être

accompagné par un organisme à dimension européenne était une formidable opportunité”, explique Laure Damoiseau. L’entreprise mobilise alors toutes ses talents et postule dans la catégorie Digital Finance, le concours en proposant cinq (Digital Tech, Digital Cities, Digital Finance, Digital Industry et Digital Wellbeing).

Un concours engageant, exigeant et valorisant

Comme tout concours, l’EIT Digital Challenge organise une phase de présélection sur dossier avant de demander aux candidats une présentation en anglais. *“Nous avons été très agréablement surpris par la qualité du processus de sélection. Les jurys étaient très rigoureux et le niveau de présentation également”. À tel point que les équipes de Zelros ont dû retravailler leur pitch. “C’est toujours bien d’être challengé sur cette partie car nous sommes souvent amenés à présenter notre entreprise dans des salons. Ce concours nous a obligé à adapter notre présentation et notre discours à des marchés internationaux”, reconnaît Laure Damoiseau. C’est aussi ce qui fait la force de l’EIT Digital Challenge : confronter une entreprise à des entrepreneurs européens très pointus. “Le jury creusait vraiment la proposition de valeur, cela nous a permis de tester notre offre et nous a challengé sur notre proposition de valeur”.*

Vouloir se lancer à l’international est le rêve de nombreuses startups mais les marchés ne se ressemblent pas et ce qui marche à Paris ne marchera pas forcément à Rome ou Berlin. *“Bénéficiaire d’un miroir international de la compréhension de son offre”* est alors un atout indéniable. Participer à ce concours et le remporter a conforté Zelros et ses équipes dans l’idée *“qu’ils poursuivaient la bonne stratégie d’expansion”.*

Un tremplin vers l'international

À chaque concours, ses récompenses. L'EIT Digital Challenge offre à ses lauréats 150 000 euros, les deux tiers sous forme de subvention et le tiers restant sous forme de crédit d'accompagnement. Zelros, lauréate 2019 dans la catégorie Digital Fintech, s'en est servi pour financer une partie des investissements liés à l'ouverture de ses bureaux à Munich mi-2019 et à Milan début 2020. La scaleup a ainsi pu recruter des forces commerciales dans les deux pays. Mais c'est surtout l'accompagnement prodigué par l'EIT Digital depuis la fin du concours qui retient l'attention de Laure Damoiseau.

En effet, l'EIT Digital Challenge met à disposition de ses lauréats une équipe de business developers et de spécialistes du financement opérant dans 17 grandes villes européennes et dans la Silicon Valley. Une aubaine pour Zelros dont l'objectif avant le concours était déjà de s'internationaliser. *“Nous avons défini un plan d'action conjoint avec l'EIT Digital consistant à se focaliser dans un premier temps sur deux pays prioritaires, l'Allemagne et l'Italie. Nos correspondants sur place travaillent avec les développeurs d'affaires de l'EIT Digital qui nous accompagnent dans la prospection, dans la mise en relation avec des clients et des partenaires potentiels et nous ouvrent les portes d'événements spécialisés dans l'assurtech et la fintech”*, explique Laure Damoiseau. La startup discute déjà avec des assureurs allemands et italiens depuis plusieurs mois. Malgré un contexte économique un peu chamboulé par la crise du Covid-19, ses activités se poursuivent et l'entreprise envisage toujours de s'attaquer au marché américain dès 2021.

Une visibilité médiatique internationale

Réussir à capter l'attention des médias dans des pays étrangers est loin d'être facile et nécessite souvent d'y être implanté depuis quelques

temps. Pour accélérer cette reconnaissance, l'EIT Digital a offert une formidable visibilité aux lauréats de sa dernière saison en faisant leur promotion sur les panneaux du Nasdaq à New-York. *“L’opération a été très relayée sur les réseaux sociaux. Cette opération médiatique a donné un gros coup de projecteur sur Zelros et nous a permis d’engager ou de réengager des prospects”* , se réjouit Laure Damoiseau. Une nouvelle campagne de communication est déjà en cours. L'EIT Digital lance une série d'interviews vidéo croisées pour parler de la Deeptech. Zelros a été sélectionné pour témoigner sur le thème de l'IA. *“Nous espérons des retombées importantes au niveau européen mais aussi américain”* , confesse la directrice marketing. Et les pépites décelées lors du concours figurent également dans le rapport annuel de l'EIT Digital !

Dans de nombreux concours, la notoriété et la visibilité offertes aux lauréats se limitent aux semaines suivant la finale et retombent souvent comme un soufflé peu de temps après. *“C’est appréciable d’avoir un accompagnement sur la durée sur ces aspects de communication et de marketing”* , souligne Laure Damoiseau, consciente du coût et de l'impact d'une telle mise en avant.

L'implication de l'EIT Digital ne *“s’arrête pas à une enveloppe que l’on reçoit, il y a un plan d’action derrière”* conclut Laure Damoiseau. Mais cela nécessite tout de même *“une implication de l’entreprise et sa volonté d’actionner les leviers mis à sa disposition”*. Alors si vous êtes une scaleup Deeptech désirant s'internationaliser et bénéficiant d'un revenu annuel d'au moins 300 000 euros ou ayant réussi à lever à minima 2 millions d'euros, cherchant à s'internationaliser, c'est le moment de postuler. Les inscriptions sont ouvertes jusqu'au 7 juin 2020.

Maddyness partenaire media de l'EIT Digital Challenge

[Je postule](#)

Article écrit par Maddyness, avec l'EIT Digital