

Coline Debayle, CEO d'Artips, sélectionnée par Google pour son programme Blackbox

Cette semaine, la rédaction de Maddynews est partie à la rencontre de Coline Debayle, fondatrice d'[Artips](#), qui témoigne à propos de son aventure au coeur de la Silicon Valley. Dans le cadre de son partenariat avec Blackbox, Google For Entrepreneurs a permis à cette jeune startupeuse de rencontrer 18 femmes entrepreneures dans le cadre d'un programme d'accélération. L'occasion pour la startup de tester son produit à l'international et de rencontrer des femmes inspirantes.

Pouvez-vous nous raconter votre tour du monde?

L'idée est de choisir une femme entrepreneur par pays et de nous rassembler dans une maison, toutes ensemble à Palo Alto. Artips est disponible depuis quelques semaines en anglais et nous avons la chance d'avoir été sélectionnés pour représenter la France.

Quel est le contenu de l'accompagnement proposé par Google ?

Google for Entrepreneurs s'associe au programme Blackbox pour nous proposer des rencontres quotidiennes avec des investisseurs, des entrepreneurs de la Silicon Valley, la visite des locaux de Google, des événements de networking. Le programme se conclue par un « demo-day » devant 150 investisseurs de la Silicon Valley.

Quelle est votre rôle en tant qu'ambassadrice française auprès des startups? Votre plus belle rencontre entrepreneuriale durant ce voyage?

Entre startups et CEO, on s'entraide, on partage nos expériences et nos expertises, on se donne des conseils pour améliorer nos entreprises et la manière dont on les présente.

Un responsable UX chez IBM qui nous a donné de vraies pistes de développement pour créer une nouvelle offre Artips, plus axée sur la formation.

Que retirez-vous de ce tour du monde des femmes?

C'est passionnant de voir que les écosystèmes de startup sont à des étapes de développement très variables. En France, on a de la chance d'avoir autant d'investisseurs, de mentors et d'accélérateurs comme le NUMA qui nous accompagne tout au long de l'aventure entrepreneuriale.

Au niveau international pour Artips, qu'est-ce que cela vous a permis de construire?

Cela permet de mieux comprendre les caractéristiques culturelles et surtout les différences. Un produit qui peut très bien marcher en France demandera sans doute une adaptation pour un public américain. Et la manière dont on met en avant l'entreprise est également très différente. Les investisseurs ici attendent des données et des chiffres de nature très différentes.

Les chiffres clés de Artips à ce jour

Artips aujourd'hui, c'est 100 000 lecteurs francophones par jour et une communauté anglophone en phase de développement. Nous sommes présents dans 110 pays et nous avons publié près de 500 anecdotes grâce à notre réseau de 120 spécialistes en histoire de l'art.

Autre actualité à partager?

Actuellement, nous travaillons sur des modules de formations ludiques et accessibles pour prolonger l'expérience Artips et permettre d'améliorer sa culture générale rapidement.