

Partenariats, accélération, fonds stratégique : Altavia se lance dans l'accompagnement de startups

Le groupe de communication Altavia lance Altavia Coach, une nouvelle entité entièrement dédiée à l'innovation dans le secteur du retail. Au programme : partenariats, fonds d'investissement, et accélérateur de startups.

Quoi de mieux que de s'appuyer sur l'expertise et l'agilité des startups pour innover ? Si les associations entre grands groupes et startups se multiplient depuis de nombreux mois, c'est bien parce que la méthode fait ses preuves. Et c'est justement ce sur quoi table le groupe de communication Altavia en lançant Altavia Coach, une entité capable de l'accompagner au mieux dans sa transformation numérique, en s'articulant notamment autour d'un rapprochement avec les écosystèmes les plus innovants.

« Nous souhaitons digitaliser nos offres et apporter une nouvelle expertise à nos clients, mais nous étions conscients que l'on ne pouvait pas tout développer en interne. L'idée, c'est de se rapprocher des bonnes entités pour accélérer dans le digital »

Astrid Noizat, Chief digital officer et responsable d'Altavia Coach

Créé en 1983 par Raphaël Palti, aujourd'hui encore président directeur général du groupe, Altavia est spécialisé dans la communication commerciale. L'entreprise, qui revendique aujourd'hui 300 clients dans 26 pays en Europe, en Afrique et en Asie, a toujours eu une fibre entrepreneuriale, qu'elle compte

désormais soutenir avec Altavia Coach en accompagnant, entre autres, les startups dans leur développement tout en créant des synergies profitables pour ses clients.

Une entité, trois axes stratégiques

Altavia Coach prévoit d'organiser ses actions sous trois prismes différents : les partenariats, l'accélération et un fonds stratégique.

Dans un premier temps, le groupe source ainsi les startups susceptibles d'accélérer sa transformation numérique ainsi que celle de ses clients. Plus d'une vingtaine de jeunes pousses innovantes ont déjà répondu présentes, dans des domaines aussi variés que l'intelligence artificielle dans la relation client, l'interaction instore, le web-to-store, le social media pour les enseignes à réseaux, l'expérience instore via la réalité augmentée, la réalité virtuelle, ou encore le mapping sur objets.

« L'idée, c'est d'outsourcer certaines compétences. On se rapproche des startups via ces partenariats pour trouver des solutions intéressantes pour nos clients »

Astrid Noizat

Outre les partenariats, une plateforme interne, réservée aux salariés du groupe, a été créée pour leur permettre d'y référencer des startups dont les solutions innovantes semblent pertinentes pour répondre à leurs besoins.

Elliott Tischker, Head of Investments and Acceleration d'Altavia Coach

Le fonds, quant à lui, ambitionne de soutenir capitalistiquement les entrepreneurs dont les offres paraissent particulièrement prometteuses. Celui-ci, déjà lancé, affiche aujourd'hui cinq participations, parmi lesquels StimShop, Shopper Mind, l'agence Simone, et Capital Innovation. Il envisage désormais d'atteindre les 10 sociétés financées d'ici la fin de l'année, sans pour autant se fixer de montant moyen par opération. *« On ne s'est pas mis trop de barrières. C'est un ordre de grandeur que l'on se fixe. Nous n'avons pas d'obligations actionnariales »*, commente Elliott Tischker, Head of Investments and Acceleration d'Altavia Coach.

L'accélération, pour accompagner les startups dans leur développement commercial

Dernier axe de la stratégie numérique du groupe : deux programmes d'accélération dédiés aux startups, et organisés simultanément à Lille et

Shanghai, dans deux agences Altavia. L'accélérateur accompagnera ainsi les startups early stage, tant dans leur développement commercial, à travers le portefeuille clients du groupe, que dans leur déploiement à l'international, par le biais de sa présence dans 26 pays.

« L'idée est d'avoir un programme unifié reproductible dans d'autres pays. Pour le moment ça commence et ça se termine dans la même ville, mais on imagine déjà des passerelles »

Eliott Tischker

Les appels à candidature pour ces deux premières sessions seront lancés d'ici deux ou trois semaines, pour démarrer à la fin du premier trimestre 2017. Outre le fait d'être une startup early-stage pour pouvoir postuler, les jeunes pousses intéressées doivent également avoir un premier MVP (minimum viable product). Un focus retail est évidemment apprécié. Plusieurs clients d'Altavia seront intégrés à la sélection des startups de l'accélérateur.