

Pitcher à SXSW ? Une expérience réussie pour Pianity

La startup française Pianity faisait partie des heureux élus retenus par le festival SXSW pour concourir lors de sa "Pitch Competition" dans la catégorie "Entertainment, Gaming & Content". Une expérience très positive, même si la plateforme de NFT musicaux n'a pas remporté le prix, comme l'explique à Maddyness Kevin Primicerio, le cofondateur et CEO de l'entreprise.

Temps de lecture : minute

17 mars 2022

Comment se retrouve-t-on parmi les 45 startups appelées à pitcher ?

Kevin Primicerio : On candidate ! Lorsqu'on a décidé de venir à SXSW, on a vu qu'il y avait un concours de pitch, on a postulé, et on a eu la chance d'être sélectionnés. Les organisateurs ont expliqué qu'ils avaient reçu tellement de demandes cette année, qu'en plus des 5 finalistes, ils ont décidé de faire pitcher trois startups supplémentaires dans chacune des neuf catégories.

mais celles-ci n'ont eu qu'une seule minute, contre trois pour nous.

Comment se prépare-t-on à un tel pitch ?

Il y a eu deux mois de préparation en amont avec les équipes de SXSW. Un coach basé à Houston nous a bien accompagnés, via Zoom. On a commencé par tout reprendre à zéro, pour s'assurer d'être le plus percutant possible en trois minutes et aussi pour avoir un discours plus abordable pour le grand public. Dans ces trois minutes, on devait aussi intégrer des passages obligés - l'équipe, le marché, l'impact, par exemple - sur lesquels on est notés par le jury.

Ensuite, la préparation a surtout consisté à écrire le pitch et faire les slides, pour être sûr que tout cela tienne bien en trois minutes. On a fait beaucoup de répétitions. La veille de notre passage, on nous a dit qu'on pourrait dépasser de 15 secondes : ça nous a un peu rassuré... mais le lendemain, ils coupaient à la seconde près ! Heureusement, j'ai fini juste au bout des trois minutes.

Du coup, c'est quoi le pitch de Pianity ?

C'est une place de marché sur laquelle les artistes peuvent transformer leur musique en éditions limitées et les vendre à leur fans. Il y a une injustice : quand un peintre fait son tableau, celui-ci est unique. Alors que pour un musicien, ce n'est pas le cas. Les NFT (Non- Fungible-Tokens) permettent de corriger ça, tout en donnant aux fans l'accès à des avantages, comme un accès privilégié à l'artiste, à des événements, des concerts... Non seulement cela permet aux artistes de générer davantage de revenus, mais aussi de créer un lien direct avec leur public.

Depuis notre création en mai 2021, nous avons convaincu plus de 500 musiciens et 25 000 collectionneurs et redistribué 2 millions d'euros aux artistes, grâce à la vente de 11 000 NFTs. Nous avons aussi émis notre propre token pour assurer notre financement : une quarantaine d'investisseurs ont participé à cette levée de fonds, dont Pierre Kosciusko-Morizet, Rand Hindi, Cyril Paglino et des fonds américains et asiatiques.

Après le pitch, vous avez dû répondre aux questions du jury... vous y étiez aussi préparés ?

Chaque candidat a droit à six minutes de questions/réponses avec les quatre membres du jury - trois femmes et un homme dans notre cas, tous investisseurs. On s'était préparé aux questions les plus évidentes, sur le business model, les concurrents, l'utilité des NFTs dans notre projet, etc. J'avais déjà pitché Pianity devant des investisseurs ou des artistes, mais

jamais devant autant de personnes !

Vous n'avez pas gagné la compétition, mais est-ce que cela vous a permis de vous faire remarquer quand même ?

Oui, des gens qui nous ont vu pitcher sont ensuite passés sur notre stand et on a croisé pas mal de gens qui avaient assisté à notre présentation. Mais même en amont, on avait déjà eu de nombreux contacts d'investisseurs qui nous avaient repérés dans la liste des finalistes publiée sur le site de SXSW. Je pense que ça nous a apporté plus de visibilité que notre stand.

Avez-vous des conseils pour les startups françaises qui voudraient profiter du coup de projecteur de SXSW pour se faire repérer aux Etats-Unis ?

Déjà, de candidater au pitch ! Pour nous ça a eu beaucoup d'impact et c'est un très bon entraînement : c'est super de se faire préparer à cet exercice par des Américains. Ensuite, de passer par Business France, ce qui nous a permis d'exposer facilement sur le salon, aux côtés d'autres startups de la French Tech. Dans notre cas, le public présent à SXSW était très qualifié. Sans Business France, il est probable qu'on aurait juste fait le pitch. Enfin, je recommande de bien participer à tous les *side-events*, car plus que dans les conférences, c'est là qu'on crée les connexions.

Quelles sont les prochaines étapes pour vous ?

Nous allons ouvrir notre marketplace dans quelques semaines, pour permettre aux acheteurs des NFTs de les revendre ensuite. Sur ces reventes, le vendeur touchera 90%, l'artiste 8% et nous 2%. Et puis nous allons continuer à intégrer de nouveaux artistes et à travailler sur notre notoriété.

Article écrit par Benoît Zante