

Pourquoi le jargon tech est devenu aujourd'hui le pire ennemi de vos pitches

Les pitches se suivent et se ressemblent parfois beaucoup. Trop. Pour attirer l'attention des investisseurs, les entrepreneur·euses n'hésitent pas à utiliser des slogans et termes éculés. Mais cette méthode trouve aujourd'hui ses limites.

Temps de lecture : minute

9 septembre 2020

"Cruncher des datas", "disrupter le marché", penser "outside the box"... Les sessions de pitches ressemblent parfois à une simple juxtaposition de slogans et mots valises, plus communément appelés buzzwords dans le jargon de la tech. Si ceux-ci ont conféré un côté "cool" aux startups durant un temps, ils tendraient plutôt à les desservir aujourd'hui. Emmanuelle Duez, fondatrice du cabinet de conseil The Boson Project et co-fondatrice de l'événement [Tchatche](#), et Grégory Pouy, fondateur du podcast [Vlan](#), nous expliquent pourquoi ce phénomène appauvri la connaissance et biaise les investissements.

Le jargon ou l'illusion du savoir absolu

Nous utilisons tous des expressions et des termes appartenant à notre métier, que l'on soit avocat, entrepreneur, journaliste ou bijoutier. C'est tout à fait normal. *"Cela nous donne le sentiment d'appartenir à un groupe"*, explique Grégory Pouy. Mais le problème intervient quand ce jargon est aussi utilisé à des fins trompeuses.

Dans l'univers de la startup, les faux-semblants sont parfois rois.

"Beaucoup d'entrepreneurs utilisent des mots creux car leur discours n'est pas solide" , avance Emmanuelle Duez. En utilisant des termes nébuleux, *"ils veulent donner l'impression d'être des experts"* , poursuit Grégory Pouy. Pire, dans certains cas, les startuppeurs les utilisent *"comme un leurre pour susciter l'intérêt d'investisseurs en quête de nouvelles technologies à ajouter à leur portefeuille"* , renchérit Emmanuelle Duez. Mais en réalité, cette surabondance de mots-clés témoigne souvent d'un manque de maîtrise du sujet.

Tromper les investisseurs par sa méconnaissance

L'intelligence artificielle est à ce titre utilisée à tort et à travers dans les pitches, donnant parfois même l'impression d'être omniprésente.

"L'intelligence artificielle est un mot d'une complexité inouïe que peu de gens maîtrisent en réalité". Les entrepreneur·euses y englobent tout *"un tas de business model, de technologies, de trucs qui sont juste des algorithmes et qui n'ont absolument rien à voir avec l'intelligence artificielle"* .

Finalement, ce phénomène contribue à la création d'une bulle un peu étrange où ce *"qui compte est de pitcher de la chantilly peu importe la capacité à prouver ce que l'on a déjà fait, dans le seul but de lever des fonds"* , image la co-fondatrice de Tchatche.



À lire aussi

Comment pitcher votre startup à votre grand-mère ?

Aussi grosse soit elle, la ficelle fonctionne. *"Depuis sept ans environ, des armadas d'investisseurs s'appuient sur ces termes pour investir, faisant ainsi croire qu'il s'agit de la bonne méthode pour lever des fonds"* .

Parfois, c'est la douche froide pour eux comme en témoigne le scandale de la startup Theranos qui a extorqué plusieurs millions de dollars à ses investisseurs grâce à ses belles paroles et des mensonges éhontés.

Une parole juste et efficace est essentielle

Avant d'envoyer valser votre méthode de pitch, *"il faut d'abord prendre conscience de votre propre jargonage"* , explique Grégory Pouy. Vous pouvez, par exemple, réaliser votre pitch devant un néophyte qui mettra en valeur, pour vous, tous les termes complexes à travailler. Ensuite *"bannissez les anglicismes !"* .

Pour éviter de tomber dans un discours *"simpliste et vide de sens"* ,

Emmanuelle Duez invite les porteur·euses de projet à "*travailler en profondeur la place de leur technologie dans leur solution*", ce qui leur permettra d'adapter leur discours à leur cible.

Si les "*élites n'expliquent pas aux utilisateurs (particuliers comme entreprises) comment fonctionnent les technologies*", on risque de voir une polarisation de la société se mettre en place. Or, cette connaissance est essentielle pour que les gens puissent adopter des stratégies ambitieuses et des usages raisonnés des solutions qu'ils ont entre leurs mains.

Article écrit par Anne Taffin